
U d'/ of Ottawa
39003002862976

LE BON FRANCAIS EN AFFAIRES

PAR L'ABBÉ

ETIENNE BLANCHARD

Auteur du "Dictionnaire du Bon Langage", de "2000 mots bilingues illustrés", des "Jeux de cartes du Bon Langage", de "En garde !", de "En français", du "Catalogue de philologie", et de "La Bonne logeuse".



MONTREAL

1919



SOIGNONS NOTRE LANGAGE

Il est important de bien connaître sa langue. Le langage joue un tel rôle dans la vie; il contribue à donner d'une personne une idée si favorable ou si défavorable qu'il semble que jamais on ne pourra y porter une trop grande attention.

C'est à son langage que, à tort ou à raison, l'on juge une personne. Le mot juste, la phrase correcte et claire disposent toujours favorablement l'auditeur ou l'interlocuteur. Un terme incorrect, un mot qui manque de justesse peuvent avoir des conséquences qu'on ne soupçonne pas. Les membres de la classe instruite, les orateurs, les prédicateurs, les professeurs, les éducateurs n'exerceront jamais une influence correspondant à leurs talents si, dans leur langage, ils estropient constamment le sens des mots ou la grammaire. Un sourire de dédain accueillera infailliblement leurs conseils ou leurs discours. Ne connaissant point la valeur des mots, ils ne pourront jamais convaincre qu'à demi. On ne pardonne pas facilement à une personne censée instruite de mal s'exprimer dans sa langue maternelle. Tout le monde en convient; il n'y a rien pour caractériser la grossière ignorance d'un homme public, diminuer son autorité, annihiler son prestige, comme de dire de lui:

—Bah!. . .il ne sait même pas son français.

Une bonne connaissance de notre langue écrite ou parlée est nécessaire à tout le monde, mais surtout aux jeunes gens.

Tout jeune homme qui s'exprime bien attire facilement la sympathie et la confiance. S'il se présente pour solliciter une position, c'est à son langage qu'on jugera l'aspirant. S'il s'exprime en phrases claires, correctes, précises, avec des mots abondants et heureux, son interlocuteur se dira : Voici un jeune homme différent des autres. Il a certainement du bon goût, de la constance, de l'application, car pour bien parler, il faut de l'énergie et l'amour de l'étude, tandis que pour parler d'une façon médiocre, il n'y a qu'à se laisser aller. Le bon langage, c'est le travail incessant de l'esprit, de l'intention toujours en éveil ; le mauvais langage, c'est l'engourdissement de l'esprit, de la mémoire, de la réflexion. Le bon langage, c'est le mot précis et élégant, correspondant parfaitement à l'idée ; le mauvais langage, c'est le mot vaporeux, trouvé péniblement par l'intelligence paresseuse et craintive de l'effort. Le bon langage, c'est l'ordre dans l'esprit, c'est chaque mot à sa place, bien classifié dans son casier ; le mauvais langage, c'est le chaos dans l'esprit, habitude mentale fort à craindre, car elle s'étend partout et déteint sur les autres habitudes. L'ordre dans l'esprit, dans les idées et les mots amène l'ordre dans le travail, la tenue de ses livres, de son bureau, de sa correspondance.

Un voyageur de commerce, un représentant de manufactures ou de maison de gros, un vendeur dans un magasin de détail, un agent d'assurances qui sollicitent des clients en mauvais français font des barbarismes, écorchent la langue et sabotent la grammaire; qui, ne connaissant pas le sens des mots, en exagèrent ou en diminuent la portée; qui, pauvres en vocabulaire, bafouillent, hésitent, bégaient constamment à la recherche du bon mot, ne font que fatiguer le client au lieu de le décider, et le détournent d'une commande qu'un vendeur s'exprimant bien pourrait facilement obtenir.

Il y a une question de goût dans le bon langage. Le parler élégant qui provient du bon choix des termes, n'est-ce pas de l'harmonie? n'est-ce pas le beau considéré sous un certain aspect? n'est-pas une des formes de l'esthétique? Y a-t-il rien qui répugne comme un langage diffus, vague, inélégant, parsemé de barbarismes, d'anglicismes et de fautes de grammaires?

Il y a aussi une question d'étiquette.

Les gens de qualité ne séparent pas la correction des manières de la correction du langage et ils ont raison. Il est aussi impossible d'être soigneux de ses manières et négligent de son parler qu'il est impossible d'être vulgaire de langage et d'éducation parfaite.

Dans toutes les langues, les solécismes, les barbarismes, les expressions impropres, les tours de phrase défectueux sont mal notés, mais sur ce point la langue française est plus sévère qu'aucune autre, car elle veut l'exactitude et elle l'exige jusqu'au scrupule.

Il faut bien connaître sa langue pour que la correspondance soit brève, précise, attrayante. Les Américains et nos compatriotes anglais prétendent que nous ne parlons pas le pur français, mais une espèce de patois. C'est notre faute. Ils ont tort, il est vrai, mais si nous soignions davantage notre langue, nous ne prêterions pas le flanc à de semblables critiques qui nous font un tort considérable.

USAGE DU FRANÇAIS

N'est-il pas regrettable qu'aujourd'hui les jeunes gens, dès leur début dans la carrière du négoce, soient instinctivement portés à se servir de l'anglais au lieu du français ? Un jeune homme non averti écrit tout naturellement en anglais à une maison anglaise, alors que cette maison devrait être bilingue et avoir des employés de langue française. Bien plus, un grand nombre de frais émoulus des collèges ou écoles d'affaires vont jusqu'à écrire en anglais à des maisons canadiennes-françaises, encourageant par là ces

maisons à donner la prépondérance à l'anglais dans les affaires, et les détournant du français.

Si l'un de ces jeunes commis chargé de la réclame a pour mission de préparer une annonce pour le journal local, par snobisme, il choisira le journal anglais de préférence au journal français. Et s'il annonce dans le journal français, ce sera souvent des annonces bâties à la diable, sans attention et sans soin, bourrées d'anglicismes à tel point qu'on dirait que le jeune homme pense en anglais, et écrit le français avec des mots anglais. Il en est de même des circulaires qu'on fait distribuer de porte en porte dans la ville.

Si le négociant en herbe est chargé de placer une affiche dans la montre d'un magasin ou audessus, l'anglais seul viendra à l'idée du jeune homme et il affichera en anglais bien que le nom de son patron soit français et que le quartier où il demeure ne soit habité que par des Canadiens français.

Quand un échevin désire briguer les suffrages municipaux, il commence par visiter le quartier qu'il désire représenter à l'hôtel de ville. S'il ne voit que des affiches en anglais, il conclut qu'il n'y a pas de Canadiens français dans son quartier et, s'il est élu, il ne fera rien pour notre cause. Il en est de même des députés, ministres, hommes d'affaires qui sont de passage dans nos villes. Jetant un coup d'oeil de chaque côté de nos rues et ne voyant que de l'affichage anglais, ils con-

cluent de là que les Canadiens de langue française sont très peu en nombre, et considèrent comme exagérées toutes nos réclamations. Quel tort ne faisons-nous pas ainsi à notre influence comme race?

Le jeune négociant qui fait ses premières armes dans le commerce, se demande d'abord quel nom il donnera à la société dont il fait partie ou au magasin qu'il ouvre en son nom propre; ce qu'il affichera à la devanture, dans la grande glace de la montre ou en réclames électriques sur la toiture. Annoncera-t-il en deux langues ou tout simplement en anglais, malgré les nombreux clients français qui lui demandent de respecter leur langue?

S'il emploie les deux langues, comme on est en droit de s'y attendre, point n'est besoin de répéter la même chose en anglais et en français. Sa clientèle demande qu'il donne plein droit au français, mais elle ne lui demande pas de traduction. Qu'il en profite donc, tout le monde comprenant les deux langues, pour annoncer le plus de choses possibles sans surcharger ses annonces. S'il vend des articles pour homme, il pourra étaler à sa devanture: *Confections — Hats — Bonneterie— Shoes — Chemiserie — Rubbers.*

Si c'est une société collective qui ouvre un magasin dans un quartier français, il est inutile d'in-

sister sur le ridicule d'une affiche où les noms de famille canadiens-français se marient aux mots anglais: *Beaudoin Shoe Co., Ducharme Biscuit Co., Faucher Limited Co.,* etc.

Comment, dans une société, rédiger la raison sociale, ou suite des noms des associés rangés dans l'ordre déterminé par la société? L'habitude veut que ce soit par ordre alphabétique: *Dupuis* et *Lamoureux, Dugal* et *Saint-Jean,* etc.

S'il s'agit d'aîné, de cadet, de père, de fils, de frère, de neveu, de cousin, de soeur, tout cela peut être mentionné dans la raison sociale. En voici quelques exemples cueillis dans le bottin (1) de Paris: OLIBET jeune et fils, DARBLAY père et fils, Les fils de PEUGEOT FRERES, BERTRAND fils et neveu, DUPLIN soeurs, etc.

Il est plus dans la mentalité française de désigner une maison de commerce par des expressions comme celle-ci, où ne figurent les noms ni du propriétaire ni des actionnaires: *Le Louvre, Le bon Marché, La belle Jardinière, Au bon Ménage, Au confortable, Au Printemps, Au grand Luxe, Au Trois-Frères-Réunis, Au bon ton, Au bijou, Au mikado, etc.*

---

(1) Le bottin (du nom de l'éditeur *Bottin*) est un annuaire d'adresses. C'est un nom propre devenu nom commun (comme *chassepot, calepin, sandwich, elzévir, tilbury,* etc.), s'appliquant à n'importe quel adressaire, de sorte qu'il peut se dire de l'indicateur montréalais, québecois, etc.: le bottin de Montréal, le bottin de Québec. L'adressaire du téléphone se dit plutôt *index* ou *indicateur* (téléphonique).

Dans *Sourires littéraires,* Léo Claretie nous parle spirituellement de ce genre d'affichage:

" En France, le calembour a toujours eu droit de cité, même dans les circonstances de la vie qui n'exigeaient pas fatalement la plaisanterie. Le trafic et le commerce en usèrent et mêlèrent l'équivoque aux affaires...leurs enseignes grinçaient de rire aux potences de fer, supports de vains symboles.

" Le cabaretier s'annonçait par l'exergue: *Au puissant vin*: Un puits d'où sort un seau d'eau, un puits sans vin. L'érudit bibliophile faisait peindre une vieille femme qui scie une anse, et c'était: *A la vieille science.* Le mercier mettait sur sa boutique un gros homme sciant du bois: lisez: *Au gras scieux* (au gracieux)... Un A sur une anse, c'est: *A l'assurance.* Tout cela riait et grinçait par les rues étroites, au-dessus des passants amusés..."

Autant que possible, il faut exiger des maisons anglaises qu'elles nous écrivent en français, ce qui les forcera à employer des Canadiens français. Si des maisons canadiennes-françaises s'avisent de nous écrire en anglais ou sur des feuilles de papier à lettre dont l'en-tête est en anglais seulement, il faut protester énergiquement.

Un homme d'affaires de nos amis reçut un jour d'une maison canadienne-française une facture

exclusivement anglaise. Il adressa tout de suite au gérant le poulet suivant:

Montréal, le 23 septembre 1915.

Cher monsieur,

Je ne puis comprendre qu'un Canadien français comme vous, s'adressant à un autre Canadien français, qui, heureusement, l'est plus que vous, lui présente une facture totalement anglaise comme celle que vous m'adressez. Il n'y a de français sur toute votre facture que votre nom et le mien; cela ne suffit pas. Si j'avais écouté mon premier mouvement, j'aurais passé votre insignifiant papier à la Ligue des Droits du Français qui, par la voie des journaux, aurait appris au public canadien la façon dont vous traitez vos compatriotes; ce qui aurait été pour vous une réclame à rebours. Je ne suis pas obligé d'apprendre l'anglais pour vous faire plaisir.

Le français étant langue officielle au pays, je vous paierai avec empressement dès que vous m'enverrez une facture française ou bilingue. Si je n'ai pas satisfaction de vous sur ce point, je m'adresserai à l'avenir aux compagnies anglaises, puisque c'est nécessaire pour avoir du français.

Veuillez me croire, mon cher Monsieur.

Votre tout dévoué,

X.

Le même jour, tel qu'on peut le voir par la date des deux lettres, le protestataire recevait la lettre suivante, vraiment trop forcée de majus-

cules, mais qui témoigne que la protestation avait porté à plomb:

Montréal, 23 septembre 1915.

Cher monsieur,

C'est avec infiniment de plaisir que j'accuse réception de la vôtre du 23 courant, et je m'empresse de vous faire mes excuses, quoique j'aie quelques circonstances atténuantes, d'abord notre comptable est Américain et n'écrit pas le Français, ses livres sont tous en Anglais. Ensuite j'ai moi-même assez envoyé de factures et lettres en Français que j'ai épuisé ma papeterie Française, mais nous avons l'intention de la renouvelée (sic) aussitôt que possible. Votre valeureuse riposte va certainement hâter la chose.

Veuillez recevoir l'assurance de ma haute considération.

X.

LE FRANÇAIS ET L'ANNONCE

La vraie note française, ce n'est pas dans les annonces de journaux, ni dans les circulaires commerciales, ni dans les en-têtes de lettres, ni dans les cartes d'affaires de nos négociants qu'il faut aller la chercher.

Là, plus que partout ailleurs, les anglicismes, les barbarismes, les traductions serviles et mal faites abondent.

La page des petites annonces de nos journaux quotidiens est remplie d'expressions méli-méles-ques.

En voici quelques échantillons pris dans une seule page:

—" Charretiers demandés pour tombereaux (aussi une *dompeuse* seule) pour charbon *lousse.*".

—" Couseur de *turns* demandé."

—" *Fille générale* demandée."

—" Homme demandé pour voyager *dans* (!) *l'épicerie* et les vins."

—" On demande des *rouleuses* et des *buncheuses* de cigares."

—" Examineuse d'expérience dans le *fittage* des chaussures."

—" A vendre, 500 *parts préférentielles* (actions privilégiées)"...

—" Terre *claire* (libre) de toute hypothèque."

Comme véhicule éminemment propagateur de termes propres ou impropres, il n'y a rien de comparable à nos journaux.

L'acheteur désirant se procurer un objet dont il a vu l'annonce dans une gazette, désignera infailliblement cet objet par le terme indiqué. De là vient l'importance pour notre langue que chaque article soit désigné par le terme approprié.

Certains grands magasins de Montréal et de Québec se réservent des pages complètes de nos grands quotidiens et en confient le soin à un ré-

dacteur d'annonces plus ou moins qualifié. Ces pages-réclames se ressentent du plus ou moins de compétence, d'esprit patriotique et de bonne volonté de celui à qui la charge en est attribuée. Des maisons de cette importance, pour leur renom et pour l'honneur de la race canadienne qu'ils ne manquent pas d'exalter dans leurs tintamaresques " ventes patriotiques ", ne devraient nommer à cet ploi que des hommes ayant du vocabulaire commercial français la connaissance la plus parfaite.

Si l'on suit attentivement ces pages-réclames, on voit qu'il y a sur ce point une considéarble amélioration.

On ne dit plus:

Mop, mais VADROUILLE;
Freezer, mais SORBETIÈRE;
Pine apple, mais ANANAS;
Beurre de peanut, mais...D'ARACHIDES;
Yoke, mais EMPIECEMENT;
Frill, mais RUCHE;
Net à cheveux, mais RESILLE;
Chaussons (demi-bas), mais CHAUSSETTES;
Corn flakes, mais FLOCONS DE MAIS;
Tordeurs, mais ESSOREUSES;
Moulin, mais MACHINE (à laver, à coudre. à tricoter);
Sweaters, mais CHANDAILS;
Guillaume, mais GUINGAN;
Floss ou *flâse,* mais FILOSELLE;

Rideaux à ressorts, mais STORES;
Rideaux de portes, mais PORTIERES;
Leghorn, mais PAILLE DE LIVOURNE.

Certains annonceurs prétendent que, s'ils emploient le mot français, ils ne seront pas compris.

Cette objection a de la valeur jusqu'à un certain point, mais elle est facile à résoudre.

Pour cela, il n'y a qu'à employer le véritable mot français et à mettre, entre parenthèses, le mot populaire, en caractères moins voyants, si possible:

CHANDAIL (sweater).
MOUFLE (mit).
ANANAS (pine apple).
LAITERIE (dairy).

Après quelque temps, le mot français sera popularisé, et on pourra enlever le mot vicieux mis d'abord entre parenthèses.

Le mot *set* commence à se faire plus rare. Souhaitons qu'il disparaisse complètement. En effet, n'est-il pas à propos de dire, au lieu de *set*:

JEU d'avirons.
COLLECTION de livres.
GARNITURE de boutons.
SERVICE à fumer.

BATTERIE de cuisine.
PARURE de fourrures.
SERVICE à liqueurs.
TROUSSE d'outils.
PAIRE de pentures.

D'autres mots ou expressions sont encore à remplacer:

Tout est réduit, par RABAIS GÉNÉRAL.

Vieux stock, par MARCHANDISES DÉFRAICHIES.

Charger, par FACTURER, METTRE AU COMPTE DE.

Couper, par RÉDUIRE (les prix).

Collections, par RECOUVREMENTS.

L'express, par LES MESSAGERIES.

Gilet simple breast, par VESTON DROIT.

Paiement mensuel de, etc., par MENSUALITÉ DE, ETC.

Bargain, par SOLDE.

Cent ou *centin,* par SOU.

On hésite à accepter le mot "sou", ne sachant comment l'abréger. On écrit bien 10 c. 10 cts, mais, quand il s'agit de dix sous, faut-il nécessairement écrire les quatre lettres s-o-u-s-? Cela semble trop long. — Ne pourrait-on pas écrire 10s. ou .10, ou $0.10?

" Ce qui n'est pas clair n'est pas français ", dit-on. Enlevons donc des annonces ce qui est en-

combrant et inutile, comme par exemple le signe de piastres ($) devant les gros chiffres en caractères gras indiquant les prix. C'est ce qu'ont fait les maisons Goodwin's et Dupuis frères. Tout le monde y gagne: le lecteur auquel les choses paraissent moins embrouillées, le typographe dont le temps est économisé et l'annonceur qui ménage l'espace. C'est d'ailleurs la méthode suivie dans les catalogues de France relativement au mot franc.

MOBILIER DE VIVOIR remplacerait avec avantage "set de living room". Le mot vivoir, peu connu ici, assez nouveau en France, est un mot bref et élégant qui devrait être rendu familier à nos gens par les annonces de journaux. Il a l'allure bien française des mots fumoir, lavoir, boudoir, ouvroir, dortoir.

CAISSE AUTOMATIQUE, et non *caisse enregistreuse,* est l'équivalent français de "cash register".

COUTURIERE se dit des personnes qui confectionnent et vendent des vêtements de femme. Modiste se dit d'une fabricante ou vendeuse de chapeaux de femme. Tel journal a donc tort d'annoncer: Modiste *en robes* demande emploi dans famille bourgeoise.

DANS LE COMMERCE, et non "sur le marché," traduction trop littérale de *on the market.*

ACHALANDAGE, CLIENTELE se disent de l'en-

semble des clients d'une maison de commerce. Ne pas dire: *le bon vouloir* (good will) d'un magasin.

INAMOVIBLE se dit d'une partie d'un objet qui ne peut se détacher: pièce inamovible. Ne pas dire immobile.

Epepiné (raisin) est un joli néologisme à répandre.

Engrenage à GRANDE VITESSE, sans FROTTEMENT, et non... à *haute* (high) vitesse sans friction.

ETOFFE BLEU MARIN. Quand les mots désignant la couleur sont formés de deux adjectifs, dont le premier est modifié par le second, tous deux restent invariables. C'est donc une faute de dire: étoffe *bleu marine* ou *bleue marine.*

Les Anglais n'hésitent pas à donner l'allure française à des mots de leur langue ou même à inventer des mots qu'on jurerait être français, comme *épergne, électrolier, gazelier,* etc.

L'usage du suffixe...*ette* est très répandu en anglais: *suffragette, marquisette, mignonette, rosette* (rosace). Et voici qu'on donne le nom de *munitionnettes* aux femmes employées aux munitions, de *farmerettes* et de *soldierettes* à celles qui partagent les travaux du fermier et du militaire.

Il a parfois l'allure d'un diminutif: *luncheonette* (chez Almy's) *crispettes* (maïs, *popcorn*),

divanette, etc. Mais on donne surtout à ce mot le sens de *imitation de*: *sealette, leatherette* (imitation de phoque, de cuir).

Nos gens commencent à donner le même sens au suffixe...*ette.* On voit maintenant dans les journaux: gants en *chamoisette, suit case* (porte-habit) *en cuirette,* bas *en cachemirette, en soiesette,* tissu *velourette,* reliure *basanette* (en imitation de chamois, de cuir, de soie, de velours, de basane).

Nous sommes depuis longtemps habitués au mot *flanellette.*

Faut-il encourager ou condamner cette acception nouvelle du suffixe...*ette?*

—Condamnable, répond l'*Action française.*

Le mot SIMILI, placé avant le nom auquel il est uni par un trait-d'union, a le sens de "en imitation" dans le style français d'annonce: porte-habit simili-cuir, casque simili-phoque, tissue simili-velours, reliure simili-basane, etc.

On traduit *peanut* tantôt par pistache, tantôt par arachide.

En France, le nom vulgaire de peanut est "cacahuète" qu'on trouve sur les lèvres de presque tout le monde.

Le mot *arachide* est le terme précis, moins usité.

Pistache de terre est plus répandu que arachide, moins que cacahuète.

Bien que la pistache soit différente de la pistache de terre, on dit aussi pistache tout court, comme on dit pomme (bien qu'il s'agisse de pomme de terre) dans "bifteck aux pommes", "pommes frites ".

Que doit-on dire : cacahuète, arachide ou pistache?

Nos annonciers ont le choix.

Il semble cependant que le mot arachide serait préférable.

Peut-être nos courtiers en publicité s'intéresseront-ils à la rédaction des annonces suivantes prises dans l'*Echo de Paris*:

1.—*On dem. b. à t. f., mén., blanch.,* 22 *à* 30 *a.* 50 *f.* 10 *f. vin. Exc. réf. exig.,* 42, *r. d. Ecoles, matin.*

2.—*Au* 45, *r. Copernic* (*pr. pl. Victor-Hugo*), *à vendre vil. bes. réaliser.*

3.—*Pers. de conf.,* 40 *a., rec., f. bien cuis., cout., dés. pl. stab. Julie,* 7 *r. d'Artois.*

4.—*Jne f.,* 25 *a., bon. éduc., mus., dem. pl. demois. compag. ou gouv. enfants.*

5.—*Sténo-dactylo, travaux bureau, dem. emploi. Mlle Bouchand,* 21 *r. Davioud* (16e).

6.—*B. à t. f., réf., dem. pl. Marie-Joseph,* 87, *r. du Bac.*

Tout le monde lira facilement:

1.—*On demande bonne à tout faire, ménagère.*

blanchisseuse, 22 à 30 ans, 50 francs, 10 francs pour le vin. Excellentes références exigées, 42, rue des Ecoles. S'adresser le matin.

2.—*Au numéro 45, rue Copernic (près place Victor-Hugo), à vendre villa. Besoin de réaliser.*

3.—*Personne de confiance, 40 ans, recommandable, fait bien la cuisine, la couture, désire place stable. Julie, 7, rue d'Artois.*

4.—*Jeune fille, 25 ans, de bonne éducation, musicienne, demande place de demoiselle de compagnie ou de gouvernante d'enfants.*

5.—*Sténo-dactylographe, travaux de bureau, demande emploi. Melle Bouchand, 21, rue Davioud (16e).*

6.—*Bonne à tout faire, bonnes références, demande place. Marie-Joseph, 87, rue du Bac.*

A nos experts annonciers de juger s'il serait opportun d'adopter cette méthode plus économique, mais moins claire, de rédiger les petites annonces .

Qu'on me permette de signaler ici de très jolies expressions trouvées dans des catalogues français:

Une bonification (rabais, remise sur le prix convenu) *de cinquante sous.*

Simili-velours (en imitation de velours).

Simili-cuir (en imitation de cuir, en anglais: leatherette).

—*Simili-phoque* (imitation de phoque, en anglais: sealette).

—*Une mensualité* (un versement mensuel) *de dix piastres.*

—*Nous facturons* (mettons sur la facture) *le port* (transport) *et l'emballage.*

—*Faire à ses clients le franco de port* (payer le transport des marchandises achetées).

—*Les paiements du solde* (*pas*: de la balance) *sont à effectuer* (*pas*: à rencontrer) *au bout du mois.*

—*Envois contrôlés* (pas: chéqués) *au départ*

—*Les cycles sont emballés à claire-voie,* et non: Les bicycles sont crétés (crate).

—*L'argent démonétisé,* et non: L'argent qui n'est plus "bonne".

—*Les envois en grande ou petite vitesse* (par express ou par freight).

—*Emballages offrant le maximum de solidité et le minimum de frais* (les plus solides et coûtant le meilleur marché).

—*La différence sera mise à votre avoir* (la "balance" vous sera "créditée").

—*Localité desservie par chemin de fer* ("place" où passent les "chars").

—*Les rendus* (marchandises retournées).

—*Pour recevoir franco* (sans frais de transport), *ajouter un supplément de dix sous* (dix cents d'extra).

—*Marchandises défraîchies* (démodées, vieillies).

—*Chef du service des ventes* (gérant du département, etc.)

—*Chef d'allées* (floor walker).

—*Garantie de tout repos* (et non: sécurité à tranches dorées, de *gilt edged security*).

—*Actions privilégiées* (et non: parts préférentielles, de *preferential shares*).

Ces exemples suffisent pour démontrer comme les expressions commerciales françaises nous manquent et sont à acquérir.

REDACTION DES ANNONCES

Est-il opportun dans la rédaction des annonces, d'employer, de préférence au terme exact, le terme anglais, parce qu'il est plus populaire et mieux compris?

Il est vrai que la publicité n'est pas une oeuvre d'éducation—dans l'esprit de ceux qui la font—mais cela n'empêche pas que de fait les annonces ont un incroyable effet sur le langage populaire.

Les néologismes commerciaux nécessités par les inventions et les améliorations constantes passent chez le peuple par la voie de l'annonce. S'il s'agit d'une nouveauté, pourquoi ne pas choisir un bon mot français, bien dans le génie de notre langage?

Pourquoi les Canadiens français ne favorisent-ils pas leur langue toutes les fois qu'ils peuvent le faire sans nuire à leur commerce? Le financier ne doit pas l'être à outrance; il doit se rappeler qu'il a des compatriotes et une patrie et faire sa part pour le bien commun.

Si les articles annoncés ne sont pas d'invention américaine et ont un équivalent français, pourquoi ne pas prendre le mot français? Je donne comme exemples: "mop, sweater, toaster, rug".

Si l'annonce est illustrée, le mot anglais n'est pas du tout nécessaire, car la gravure parle aux yeux. Il suffira de mettre: "vadrouille, chandail, grille-pain, carpette". Tout le monde comprendra.

S'il n'y a pas de gravures, on pourra ajouter entre parenthèses, en lettres moins voyantes, le mot anglais:

VADROUILLE (mop).
CHANDAIL (sweater).
GRILLE-PAIN (toaster).
CARPETTE (rug).

On a prétendu que cela augmentera les frais d'annonce. Pas d'une façon appréciable, si le même mot est répété plusieurs fois, il ne sera pas nécessaire de répéter le mot explicatif. Après quelques annonces, le mot français sera devenu populaire et le mot anglais sera superflu. L'im-

primeur ou le peintre faisant la chose à l'entreprise, ne prendront certainement pas un sou de plus pour la typographie ou le lettrage du mot anglais. De sorte qu'il serait difficile d'expliquer comment le budget d'annonce d'une maison serait grevé à cause de cela.

Supposons que tous les Canadiens français comprennent le mot anglais, on n'en peut dire de même des étrangers de langue française qui liront ces annonces. Ils ne comprendront pas le mot anglais. En mettant les deux mots, on atteint deux catégories différentes de personnes.

Si par là on enlève un peu d'attrait au texte, d'un autre côté on tire l'oeil et on frappe l'imagination à cause de la nouveauté de la chose et aussi parce qu'on a appris à nos lecteurs des mots qu'ils ignoraient. Combien sont nombreuses les personnes qui ont constamment dans l'esprit un point d'interrogation:

—Comment se dit donc cela en français?

En ces jours de lutte, il y a un mouvement général en faveur de l'assainissement de notre langue et de nos sentiments. On porte plus d'intérêt au français, on est friand du terme propre, du mot précis. Le client sera heureux d'apprendre des mots nouveaux sans se déranger, sans avoir à fouiller le dictionnaire, ce que tant de gens négligent de faire. Il se dira que le vendeur a le souci et le respect de sa langue qu'il propage et à laquelle il tient. Au fond de sa mémoire, il

conservera le nom du vendeur ainsi que celui de l'article annoncé pour l'acheter au moment propice. Il pensera à tout cela, alors qu'une annonce ordinaire avec les mots "sweater, toaster, mop, rug", n'aurait attiré ni son oeil ni son attention.

Je n'en veux d'autre exemple que le fait suivant:

Un jour, un zélé de la cause française rencontre un de ses amis tapissier et meublier.

—Quand vas-tu finir, lui dit-il, d'annoncer des *rugs* dans les journaux? Parle-nous donc de linoléums, de carpettes, de moquettes, de descentes de lit, de devants de foyer, de devants de lavabo, mais de grâce, purge donc tes annonces du mot *rug!*

Quelque temps après, les deux amis se rencontrent.

—Merci, dit le tapissier, de ton bon conseil. Je n'ai jamais vendu autant de *rugs* que depuis que j'annonce les linoléums, des carpettes, des moquettes, des descentes de lit, des devants de foyer et des devants de lavabo.

Dernièrement, le propriétaire d'une cordonnerie vint me demander de l'aider à rédiger une circulaire commerciale et m'expliqua ainsi ce qu'il voulait dire au public:

—Je fais du "quick shoe repairing" à la machine. Je pose des "rubbers heels" à la machine aus-

si, et avec des vieilles bottines, j'en fais des neuves "while you wait". Les personnes qui ne veulent pas se déranger n'ont qu'à m'appeler au téléphone. J'envoie un petit garçon chercher les chaussures et je les retourne après les avoir bien raccommodées, rendues solides, avec un "shine", etc.

L'un aidant l'autre, nous fîmes la circulaire suivante:

Vos chaussures recousues, ressemelées, lustrées, caoutchoutées, remises complètement à neuf par des procédés mécaniques, vous seront rendues à l'instant, si vous les confiez à la

CORDONNERIE MECANIQUE

Ne vous dérangez pas; appelez Est 4381, et vos chaussures, prises à domicile, vous seront bientôt rendues, belles, luisantes, solides, meilleures que des neuves.

Un souhait à formuler, c'est que dans tous nos magasins, les vendeurs et vendeuses de chaque rayon connaissent le terme français de chaque article dont la vente leur est confiée. Ce n'est pas trop demander aux commis de s'exprimer en bon français.

Un jour, dans un magasin de cette ville, un client était à marchander ce tissu que tout le monde appelle "corduroi" (de l'anglais Corduroy) et dont le nom véritable est velours à côtes.

Je dis au commis:

—Ce tissu n'est pas du "corduroi", mais du velours à côtes.

—Comment? me répond-il, vous appelez ça du velours à côtes; ce n'est pas pour faire des *coats*, mais pour faire des jupes.

Que peut penser un client qui demande une vadrouille (mop) et un chandail (sweater), si on l'envoie au *département* des *fruits cannés*; une garniture électrique (fixtures), si on le dirige vers le comptoir des dentelles; des flocons de maïs (corn flakes), si on lui dit de s'adresser à la quincaillerie?

Que chaque commis se renseigne. Qu'il étudie les dictionnaires ou les livres de mots par l'image, les catalogues français, les annonces du magasin qui l'emploie, quand elles sont bien faites.

En se servant du mot propre, les commis les apprennent à beaucoup de clients qui, au lieu de désigner les objets par *l'affaire qui...*, *l'affaire que...*, *l'affaire pour...*, *l'affaire avec...*, etc., enrichissent sans aucune peine leur vocabulaire de mots qu'ils devraient savoir et dont la connaissance est indispensable à tout le monde.

TETES DE LETTRES ET CARTES D'AFFAIRES

1. Il faut éviter la surcharge, la trop grande accumulation de mots. Il est des en-têtes de

lettres et des cartes d'affaires qui ressemblent plutôt à un catalogue. C'est le genre américain et non le genre français.

2. Il ne faut pas oublier le trait d'union entre les prénoms ou les initiales des prénoms: Charles-Henri-Louis Dubé, J.-L.-A. Labonté. L'usage français est opposé à cette accumulation d'initiales. Tout financier ou professionnel devrait signer ou afficher tout simplement le prénom sous lequel il est connu avec son nom de famille. Ex.: Louis Chabot, Henri Dupré, et non J.-A.-L. Chabot, J.-C.-H. Dupré. Il est difficile à un homme bien connu de changer sa signature, je le comprends, mais les jeunes qui commencent leur carrière devraient prendre l'habitude de ne signer que leur prénom ordinaire et leur nom de famille.

3. De préférence aux mots *senior* et *junior* servant à distinguer deux personnes du même nom, l'usage français veut que nous employions *aîné* et *cadet* si l'on parle de deux frères: Louis Fontaine aîné, Louis Fontaine cadet; s'il s'agit du père et du fils, on dit: Louis Fontaine père, Louis Fontaine fils; s'ils ne sont pas parents et s'ils ont une grande différence d'âge, on dit *vieux* et *jeune*: Louis Fontaine vieux, Louis Fontaine jeune. Dans ces différents cas, les mots *aîné* et *cadet, père* et *fils, vieux* et *jeune* ne prennent pas la majuscule et ne sont pas séparés du nom de famille par une virgule. Il en est de même des

mots *fils, frère, soeur* dans les raisons sociales: Beaudry fils, Chagnon frères, Plamondon soeurs. Je vois dans le bottin marseillais (*Directory de Marseilles*) l'adresse: *Agnel soeurs, parfumeries.*

4. Le mot *limité* doit être en caractère plus petit, avec minuscule: LAFLAMME limitée, et non LAFLAMME LIMITEE. On peut aussi écrire le mot *limitée* en caractère différent sur une autre ligne:

LAFLAMME
limitée

5. Les mots en vedette (Monsieur, Madame, Cher ami, etc.) ne doivent pas être placés au commencement des lignes comme en anglais. Mettons:

Bien cher ami, etc.

et non pas

Bien cher ami, etc.

6. La date doit être précédée de l'article *le*: Montréal, le 18 février 1916. Eviter de mettre des majuscules aux noms des mois: janvier, février, mars, etc.

7. Les mots rue, avenue, boulevard, faubourg, place, quai, chemin, route, parc, côte, etc., ne prennent pas de majuscule et sont séparés du numéro par une virgule: 18, rue Labelle; 15, avenue Laval; 12, boulevard Saint-Joseph; 5, faubourg Sainte-Sophie; 10, place Saint-Louis; 8, quai du Commerce; 5, chemin Sainte-Catherine; 10, route de la Côte-des-Neiges; 8, parc Lafontaine; 5, côte Saint-Lambert, etc. Il ne faut pas non plus

de majuscule aux mots *est* et *ouest,* qui suivent le nom propre: 18, Sainte-Catherine est (pas *Est*). Si on abrège les mots *est* et *ouest* par E. et O., on met la majuscule: 8, Notre-Dame-E., 15, Rachel-O.

8. Ne jamais mettre de point après les abréviations *St, Ste, boulvd, ave,* parce qu'elles contiennent la dernière lettre du mot complet. Préférer *S., boul., av.* Omettre aussi le point après: Mme, Mlle, Dr, Me (maître), Frs, Chs, Ths.

9. Lorsque plusieurs mots réunis désignent une seule rue, une seule localité, un seul édifice, et forment ainsi un nom propre, il faut les unir par un trait d'union: rue Jeanne-Mance, paroisse de Sainte-Anne-de-la-Pocatière, église de Sainte-Anne-de-Beaupré.

10. On écrit: Monsieur le juge et Madame A..., Monsieur le notaire et Madame B..., Monsieur le docteur et Madame C..., et non *M. et Mme le juge A..., M. et Mme le notaire B..., M. et Mme docteur C...* En parlant d'un avocat, on dit plutôt *maître*: Maître et Madame Dubuc.

11. Employer le mot *immeuble* et non *édifice* dans les adresses: Immeuble Versailles, du Monument national, Dandurand, Duluth, et non *Edifice* Versailles, etc. Il ne faut pas non plus dire *bloc* dans le même sens: *Bloc* Préfontaine.

12. Préférer le mot *pièce* au mot *chambre* dans l'indication d'un bureau: Pièce 10, immeu-

ble Dandurand est plus français que *Chambre* 10, *Edifice Dandurand.*

13. Le mot *résidence* signifie la ville, l'endroit, et non la maison où l'on demeure. En mettant dans leurs en-têtes de lettres ou sur leurs cartes d'affaires leur adresse domiciliaires, ou leur numéro téléphonique, nos hommes d'affaires devraient employer les mots *demeure* ou *domicile.* Ex.: Georges Dubeau, avocat — Bureau: 95, Saint-Jacques—Domicile (ou *demeure*, pas *résidence*) : 112, Sainte-Marguerite.

SUR LES ENVELOPPES

1. Les mots *Monsieur, Madame, Mademoiselle* ne doivent pas s'abréger (M., Mme, Mlle). Il faut les mettre tout au long.

Il était anciennement d'usage de commencer l'adresse par la préposition *a*: *A Monsieur...* On la met devant les qualificatifs *Sainteté, Majesté, Grandeur, Eminence,* etc., mais on l'omet devant *Monsieur, Madame* et *Mademoiselle.*

2. Quand on écrit à un ecclésiastique (ne pas dire: *un monsieur prêtre*), on fait précéder le nom du mot *abbé*: *Monsieur l'abbé un tel,* s'il s'agit d'un prêtre séculier ou d'un séminariste. Le mot *révérend* ne s'emploie qu'en parlant des pasteurs protestants ou des membres des ordres religieux. N'adressons donc pas: *Révérend M. le*

curé, Révérend M. le vicaire; on pourrait adresser: Révérend Père curé, Révérend Père vicaire, s'il s'agit de religieux.

3. Lorsqu'on écrit à des personnes remplissant une position officielle qui les désigne suffisamment, c'est assez d'indiquer celle-ci. Sur une enveloppe adressée à *Monsieur le premier Ministre,* il suffira de mettre ces mots sans ajouter: sir Lomer Gouin; si elle est adressée: *A sa Grandeur Monseigneur l'Archevêque de Montréal,* ces mots suffiront sans qu'il soit besoin d'ajouter le nom de Sa Grandeur.

4. Si une lettre s'adresse moins au fonctionnaire qu'à la personne elle-même, on met sur l'enveloppe le mot *Personnelle* (plutôt que *Confidentielle*).

5. Si le premier mot de la deuxième ligne de l'adresse n'est pas un nom propre, on emploie la minuscule:

Monsieur l'abbé Lacroix
curé de Sainte-Lucie
(Wolfe)
P. Q.

6. Employer *à* et non *de* dans les désignations comme celles-ci: vicaire à Beloeil, . . . notaire à Sainte-Hélène, . . . médecin à Sainte-Madeleine, . . . avocat à Sainte-Flavie, . . . cultivateur à Sainte-Rose.

7. Quand il s'agit d'un personnage éminent et très connu au sujet duquel nulle confusion n'est

possible, une désignation de lieu un peu vague est polie et délicate. Ainsi, quand on écrit à un évêque, on se contente d'indiquer la ville et le palais épiscopal; l'indication de la rue et du numéro seraient de trop.

8. L'équivalent français de C. O. (care of) est *Aux soins de...* ou *Chez.*

9. Si le destinataire habite la même ville que l'expéditeur, l'enveloppe doit porter les mots *En ville* plutôt que *Cité* (de *City*).

10. *Boîte postale* est une mauvaise traduction de *Postal box.* On dit tout simplement: *casier.*

11. Au coin gauche supérieur de l'enveloppe, l'expéditeur met son adresse afin que, si elle n'est pas réclamée, la lettre lui revienne sans passer par le Bureau des rebuts (*dead letters office*). Les formules comme: *Si non délivrée, retournez,* etc., sont inutiles. Le nom de l'expéditeur et son adresse suffisent. On peut cependant indiquer le nombre de jours après lesquels on désire que la lettre soit réexpédiée, si le destinataire ne la réclame pas.

12. Les mots *sir, lord, honorable,* s'ils ne commencent pas une ligne, ne prennent pas de majuscule: *A sir Untel... Chez l'honorable X... Aux soins de lord Z...*

13. A l'adjectif, dans le titre d'un journal, d'une revue, etc., on met, sur l'enveloppe, une minuscule plutôt qu'une majuscule: le *Parler fran-*

çais, l'Action catholique, la *Revue canadienne,* etc.

14. L'abréviation anglaise de *comté* est *Co.* qu'il ne faut jamais employer en français. Mettons dans nos adresses le nom de comté entre parenthèses: Sainte-Rose (Laval), Sainte-Agathe (Terrebonne), etc. C'est ce que l'on fait en France pour désigner le nom du département: Paris (Seine), Abbeville (Somme), Lyon (Rhône), etc.

15. Il est considéré comme impoli d'abréger, dans une adresse, un prénom de cette façon: *Jos., Alex.,* etc. On écrit le prénom tout au long ou l'on se contente de l'initiale: *J., A.,* etc.

LE FRANÇAIS ET LES MARQUES DE FABRIQUE

La déteinte de l'anglais sur le français se manifeste surtout dans les noms que l'on donne aux produits fabriqués au Canada.

Si un industriel désire se trouver une marque de commerce pour un objet qu'il fabrique lui-même, je ne sais pourquoi il aura infailliblement recours à la langue anglaise.

C'est ainsi que, par une humiliation que nous méritons peut-être à cause de notre esprit ultra-condescendant, notre marché compte des quantités

de produits canadiens baptisés de noms shakespeariens.

Nous avons des appareils photographiques "speedlight", des chaussures "easy on", des pendules "regulator", des machines à laver "lone star", des salopettes "reliable", des glacières "iceland", des tentes de campement "lakeside", des bicyclettes "Rand", des montres "climax", des canifs "diamond", du tabac "maple leaf", etc.

De grâce, francisons nos marques de commerce, nous surtout, Canadiens français!

C'est très facile. Ouvrons les catalogues français, et nous trouverons des noms magnifiques et très expressifs pour tous ces objets:

Appareil photographique: MULTIPOSE.
Chaussure: LA PARISIENNE.
Pendule: SATURNE ou EQUINOXE.
Machine à laver: LE REVE.
Salopette: INUSABLE.
Glacière: POLE NORD.
Tente de campement: L'ALPESTRE ou *La Pyrénéenne.*
(On pourrait mettre: LA LAURENTIDE).
Bicyclette: HIRONDELLE.
Montre: ECLIPSE.
Canif: PETIT POUCET.
Tabac: MON AMI.

En donnant libre cours à notre imagination, nous pourrions dire encore:

Chapeau: AIGLON.
Poêle: SALAMANDRE.
Rasoir: LE FEU.
Motocyclette: L'ECLAIR.
Chapeau. ARCHIPLUME (très léger).
Réveille-matin: COQ.
Machine à coudre: LA SILENCIEUSE ou LA PRATIQUE.
Balai par vide: LE TOURBILLON.
Arrosoir: L'ONDEE.
Douche: L'ORAGE.
Pinces: BOULEDOGUE.
Lorgnon: LYNX.
Brosse rigide: PORC-EPIC.
Couverture de lit: LA FRILEUSE.
Vase à fleurs (à long col): LA CIGOGNE.
Parfum: LA ROSE.
Automobile: LA RAPIDE.
Ombrelle: LA LIBELLULE.
Machine à tricoter: L'ABEILLE.
Ventilateur: LA BRISE ou CYCLONE.
Liqueur douce: LA FRAISETTE.

L'esprit goguenard français peut se manifester même jusque-là. Il y a en France la bicyclette SAFILE (Pour *Ça file*), le tire-bouchon SATYRE (pour *Ça tire*).

En cela, l'Anglais peut rendre des points au Français. Un fabricant de salopettes a pris pour marque de commerce un coq haut perché chantant ces mots: *I crow over all* (overall).

Certains noms historiques, mythologiques ou légendaires se prêtent très bien à l'adoption commerciale. Tout en diminuant la pléthore des mots anglais qui dansent constamment devant nos yeux à la devanture des grands magasins, ces allusions indiquent un certain degré de culture intellectuelle chez ceux qui les emploient.

Ainsi, un miroir SOSIE rappelle ce personnage de l'*Amphitryon* de Molière, dont Mercure a revêtu les traits pour remplir plus facilement la mission dont l'a chargé Jupiter. Son nom est devenu proverbial pour désigner une personne qui ressemble parfaitement à une autre.

En souvenir de la chevelure longue et abondante du vigoureux personnage biblique, on peut donner le nom de SAMSON à une préparation destinée à faire pousser les cheveux.

Par allusion à Absalon restant suspendu à un arbre par sa chevelure, un perruquier voulant indiquer la parfaite adhérence de ses perruques à un crâne dénudé pourra les appeler PERRUQUES ABSALON.

Un barbier voulant encourager ses clients à se tenir la chevelure très courte, et, par conséquent, à lui faire de fréquentes visites, pourrait peindre à son enseigne un Absalon se balançant à une branche d'arbre soutenu par sa chevelure, alors que la mule fuirait, soulagée de son cavalier. En exergue, il mettrait : Les invonvénients d'une longue chevelure.

La lanterne Diogène, voilà une jolie marque, allusion au grand philosophe grec parcourant les rues d'Athènes en plein midi, avec une lanterne allumée et répondant à ceux qui lui demandaient compte de cette bizarrerie:

—Je cherche un homme.

Les noms célèbres de notre histoire tels que: Champlain, Dollard, Maisonneuve, Frontenac, Salaberry, Jacques Cartier font aussi un excellent effet sur des produits canadiens.

Cela, tout en signifiant la même chose, vaudrait infiniment mieux que le "made in Canada" que l'on étiquette partout et à outrance depuis la guerre.

Il y a encore les noms d'actualité. Une maison à appartements du Nord de Montréal s'appelle Le Joffre.

Ces jours derniers, un ingénieux montréalais s'y prenait de cette façon pour se faire de la réclame. Dans la montre de son magasin, il avait écrit en gros caractères:

Joffre un complet valant $25 pour $15.

Il y a aussi les noms de ville: Le cigare Boston, l'eau Riga (ville de la Russie), l'eau de Vichy.

Tout le monde connaît cette marque de fabrique du savon Sapolio. Une vieille bonne femme, à jupe courte, un gourdin à la main, poursuit la malpropreté avec la plus vive ardeur, alors qu'on

peut lire à même le dessin: *Sapolio chasse la crasse.*

Cette annonce de savon me rappelle une réclame du même produit, très populaire en France.

L'expression "donner un savon à quelqu'un" signifie: le gronder, le réprimander vertement.

La réclame était d'autant plus piquante qu'elle était historique et politique. Elle représentait une jeune femme, Marianne ou la République Française, entourée de trois rois, Louis XVI, Louis-Philippe et Napoléon III, à chacun desquels elle donnait un pain du savon LA RÉPUBLIQUE, qu'il s'agissait de faire connaître. Les royalistes ne goûtaient pas du tout ce genre de réclame.

La clientèle anglaise ne sera aucunement offusquée des appellations françaises donnés à nos produits. On n'a qu'à feuilleter les catalogues anglais, surtout les catalogues de mode pour constater que les mots français d'allure française y foisonnent:

Negligee shirt, voile, crepe, ratine, satinette, messaline, foulard, crepe de Chine (sic), *silk chiffon, serge, linon, batiste, moire, coronet, braid, Pampadour wave, coutil, bassinette, mignonette*, etc. (Cf. Tarif-Album de Montgomery Ward and Co., Chicago).

Les fabricants anglais créent à plaisir des mots français pour la bonne raison qu'ils les trouvent

élégants et expressifs. Ce que nous appelons *pop-corn* se dit en anglais *Crispette;* ce que nous appelons "fixtures à gaz" se dit en bon anglais GAZELIER, et "fixtures électriques", ELECTROLIER. Et dire que les Français ne connaissent pas encore ces trois mots que les Anglais finiront bien par nous imposer.

Si, malgré tout, les âmes délicates et timorées craignent de porter ombrage à nos compatriotes hétérogènes, ils peuvent faire montre d'habileté en choisissant des mots qui s'écrivent de la même façon dans les deux langues, tels que CAPITAL, UNION, ROYAL, ou des mots latins ou à suffixe latine, faciles à comprendre: LUX, FACILIS, SIMPLEX, JUNIOR, CASTORIA, RESTORIA, OMNIA, RADIUM.

Soyons aussi malins que les Anglais eux-mêmes. Les fabricants de la bière REGAL ont été très habiles en choisissant ce mot. Les Anglais lisent Regal, qui, dans leur langue, signifie "royal". Les Français croient que cette bière est un REGAL, et les Juifs commençant à lire par la fin, comprennent LAGER, de sorte que ce seul mot satisfait tout le monde.

C'est tout comme le marchand nommé

LEON NOEL

dont le nom à l'affiche, qu'il soit lu par un juif, de droite à gauche, ou par un Canadien français,

de gauche à droite, demeure toujours le même: LEON NOEL.

En appelant ainsi l'eau luxative RIGA, a-t-on songé que, au rebours, ce mot se lit AGIR?

La marque de fabrique ADANAC est évidemment l'inverse du mot CANADA.

Voici une liste de marques de fabrique que j'ai cueillies dans les catalogues et les bottins européens. Ces marques sont très pittoresques. Puissent-elles donner des idées aux fabricants et aux inventeurs canadiens:

Multipose, Touriste, Naturoscope (appareils photographiques).

Fracassant, Redoutable, Formidable, Foudroyant (révolvers).

Ambroisie, Premier mai, La violette, Le lis, As de trèfle (parfums).

Pratique, Silencieuse, Rêve (machines à coudre).

Frigorifique, Sans rivale, Pôle nord (sorbetières).

L'abeille, L'urbaine (assurances).

L'éclatant, Le mugissant, Le triomphant (avertisseur d'auto).

Le vibrant, Le ronflant (violons).

L'ardente, La brillante (lampes).

La mignonne, L'élégante (dentelle).

L'articulée, La tenace (agrafe).

Sanspareil, Nonpareil, Insurpassable (se dit de différents produits).

La plupart de ces marques sont des qualificatifs. La géographie, la mythologie, l'histoire naturelle, le latin, le grec, indices de l'érudition, de la culture classique des financiers et des négociants français y ont une large part.

GEOGRAPHIE:—*Niagara* (douche), *Gibraltar* (coffre-fort), *Sibérienne* (glacière), *Alpestre, Pyrénéenne* (tentes de campement).

MYTHOLOGIE:—*Apollon* (harpe), *Phénix* (poudre de riz, parce qu'elle rajeunit la figure), *Vulcain* (poêle), *Cyclope* (fournaise) *Her-culex* (ceinture), *Vénus* (crème de beauté), *Psyché* (miroir).

HISTOIRE NATURELLE: — *Hirondelle* (bicyclette), *Albatros* (motocyclette), *Salamandre* (fournaise) *Coq* (réveille-matin), *Bouledogue* (pince), *Abeille* (tricoteuse mécanique), *Cigogne* (vase à long col), *Lynx* (jumelle, lorgnette).

LATIN:—*Gladiator* (raquette de tennis), *Excelsior* (dentelle), *Volo* (médecine brevetée). *Melodia* (accordéon), *Simplex* (couteau de poche), *Tenax* (agrafe), *Stella* (épingle à cheveux), *Femina* (éventail). *Ne varietur* (chronomètre), *Lux—Iris—Fulmen* (ampoules électriques).

Il y a aussi les marques qui, sans être latines, en ont l'allure:

Nilmélior (ciseaux), *Oncto* (stylographe), *E-*

pilia (crème épilatoire), *Olympia* (couvre-lit), *Driva* (raquette), *Elastica* (jarretelle, fixe-chaussette), *Integrum* (plaque photographique), *Radia* (bijou), *Mirador* (miroir), *Calanda* (presse à repasser le linge), *Inferno* (réchaud), *Ecla* (cirage).

GREC:—*Alpha* (rasoir), *Omega* (bretelles), *Helios* (parfum), *Thermos* (bouteille isolante, conservant la chaleur d'un liquide), *Cosmos* (dactylographe).

Marques à l'allure ou à la terminaison grecque: *Scellos* (enveloppes), *Cerebos* (sel), *Radios* (bec de gaz), *Famos* (peinture), *Xylophile* (peinture s'attachant au bois, de *zylos,* bois et *phileo,* aimer).

Certaines marques sont plaisantes et bouffonnes, à l'orthographe phonétique, telles que:

Tire-bouchon *Satyre* (pour *Ça tire*) ; bicyclette *Filvit* (pour *File vite*) ; épingle de sûreté *Pikpa* (pique pas) ; cacao *Eleska,* ce qui permet aux fabricants d'afficher: Le K.K.O. L.S.K. E.S.Ki, (le cacao Eleska est exquis), capsule *Aplis* (elle plisse).

En anglais, il y a le collet en celluloïd qui porte une marque au lettrage tudesque: *Kantkract* (can't crack).

Dans le Québec, nous voyons ici et là de jolies marques historiques ou géographiques: *Frontenac* (bière), *Richelieu* (tabac), *Verchères* (chaloupe). Si nos fabricants le voulaient, ils aide-

raient énormément, grâce à ce moyen, à faire connaître par ses produits, notre province à l'étranger.

Si l'on craint d'offusquer les clients anglais par des marques françaises, fussent-elles même historiques ou géographiques, les deux langues pourraient trouver un facile terrain d'entente par une marque latine ou grecque comme celles données en grand nombre dans cet article.

RAISONS SOCIALES FRANCAISES

Quand il s'agit de donner un nom français à une société commerciale nouvelle, nos hommes d'affaires éprouvent souvent de grands embarras. Voici une liste de société françaises dont les noms pourraient servir de modèle:

Institut colonial marseillais.

Messageries maritimes.

Comptoir d'exportation de produits métallurgiques.

Aciéries et forges de Firminy (Loire).

Société de produits réfractaires de l'Ouest.

Compagnie de produits chimiques d'Alais.

Compagnie générale d'électrotechnie de Bozel.

Société d'électrochimie.

Société électro-métallurgique.

Générateurs multitubulaires Niclausse.

Société française radio-électrique.

Société d'impression des Vosges.

Compagnie française des extraits tinctoriaux et tannants.

Parfumerie Lubin.

Union française de papeteries.

Société des papeteries du centre.

Tannerie lyonnaise.

Compagnie des câbles électriques.

Chambre syndicale des forces hydrauliques, de l'électro-métallurgie et de l'électrochimie.

Les chargeurs réunis.

Société des matières colorantes et produits chimiques de Saint-Denis.

Compagnie de travaux d'éclairage et de force.

En France, on dit *force,* et non *pouvoir* (power) comme à Montréal.

LE FRANÇAIS ET L'AFFICHAGE

Les affiches qui s'étalent le long des rues de nos grandes villes sont la plupart du temps anglaises; quand elles sont bilingues, ce sont presque toujours des traductions boiteuses où domine la note, la tournure d'idée anglaise. Il en est de même de l'affichage et de l'étiquetage que l'on voit dans l'intérieur de nos établissement commerciaux; rarement on y trouve les expressions ou les mots caractéristiques du génie français.

Il y a d'abord illogisme si l'on compare l'espace énorme sacrifié pour l'étalage du nom du commerçant et le peu de place destiné à indiquer la nature de son métier, de son commerce ou des articles qu'il offre en vente.

D'ordinaire, ce qui intéresse l'acheteur, ce n'est pas de savoir que tel marchand se nomme J.-E. Fontaine, J.-U. Martin ou H.-C. Dubois, etc. (je prends tous ces noms au hasard, naturellement) ; c'est de connaître la nature des articles qu'on peut se procurer à tel ou tel magasin.

Ainsi, au lieu d'afficher :

J.-E. FONTAINE
CHAPELIER

J.-U. GRAVEL
MARCHAND DE FRUITS

H.-C. MARTIN
EPICIER

K.-C. DUBOIS
MARCHAND D'INSTRUMENTS DE MUSIQUE

affichons donc tout simplement :

CHAPELLERIE

FRUITERIE

EPICERIE

LUTHERIE

Si nos marchands tiennent à ce que leur nom soit à l'affiche, ils peuvent mettre:

CHAPELLERIE FONTAINE

FRUITERIE GRAVEL

EPICERIE MARTIN

LUTHERIE DUBOIS

On se plaint que la langue française n'est pas favorable à l'affichage; c'est parce que nous n'en avons pas le génie, que nous sommes trop esclaves de la traduction anglaise et que nous ne connaissons pas la façon d'abréger en français.

Nos marchands confient ordinairement la rédaction et l'installation de leurs affiches à des compagnies.

Comme les employés de ces compagnies ne connaissent rien en fait de français, ils affichent tout simplement en anglais ou fournissent des traductions bâtardes.

J'ai même vu un de ces individus, pur Canadien français, mettre une affiche anglaise à une cordonnerie canadienne, alors qu'on lui avait demandé une affiche en français, et cela, pour la simple raison "qu'il ne savait pas comment dire ça en français et que ça va mieux en anglais."

N'est-il pas révoltant de voir ces gens transformer l'aspect de nos rues et donner à nos villes une telle physionomie de stupidité et de bêtise!

C'est à ceux qui les emploient de les surveiller et d'être exigeants.

C'est ce même Aliboron qui, ayant à afficher: *Marchand de fruits* et n'ayant pas l'espace voulu, se vit obligé d'omettre l'S de fruits. Si ce bonhomme avait connu sa langue, il aurait mis FRUITIER ou FRUITERIE et tout en étant bien dans le génie de la langue française, il aurait eu amplement la place requise pour écrire le mot sans faire de faute de français.

Que d'abréviations de ce genre nous pourrions faire si nous possédions mieux notre langue! Nous commencerions d'abord par supprimer les mots *magasin de...*, *département de...*, qui allongent démesurément les affiches et remplissent un espace pouvant être utilisé très avantageusement à faire ressortir la qualité ou la nature des marchandises.

Ainsi, au lieu de *marchand de....*, *magasin de.....*

Meubles, affichons . . .	MEUBLERIE
Bonbons	CONFISERIE
Crème	CREMERIE
Poissons	POISSONNERIE
Fruits	FRUITERIE
Harnais	SELLERIE
Chapeaux	CHAPELLERIE
Vitres	VITRERIE
Instrum. de musique	LUTHERIE
Fer	QUINCAILLERIE

Grains . . . . GRAINETERIE
Peaux . . . . PEAUSSERIE
Arbres fruitiers . . PEPINIERISTERIE
Viandes cuites . . . . . ROTISSERIE
Gateaux . . . . . . PATISSERIE
Viande.. . . . . .CHARCUTERIE
Huiles . . . . HUILERIE

Même chose pour les métiers. Au lieu de

Brasseur, affichons . . . . BRASSERIE
Ferreur de chevaux . . MARECHALERIE
Cordonnier . . . . . CORDONNERIE
Sellier . . . . SELLERIE
Boucher . . . . . . BOUCHERIE
Carrossier . . . . . CARROSSERIE
Confiseur . . . . . . CONFISERIE
Teinturier . . . . . TEINTURERIE
Blanchisseur . . . . BLANCHISSERIE
Serrurier . . . . . . SERRURERIE
Ferblantier . . . . FERBLANTERIE

Dans un magasin à rayons, au lieu d'afficher, ce qui est d'une longueur inutile (et, de plus, un anglicisme) : *département du*...ou *des*...

Lits, mettons . . . . . . LITERIE
Brosses . . . . BROSSERIE
Tuyaux . . . . TUYAUTERIE
Robinets et valves . . . ROBINETTERIE
Epices . . . . EPICERIE
Papier . . . . PAPETERIE
Rubans, dentelles . . . . . MERCERIE
Vitres . . . . VITRERIE

Linge . . . . LINGERIE
Gants . . . . GANTERIE
Bas, chaussettes . . . . . BONNETERIE
Lampes . . . . LAMPISTERIE
Chemises . . . . CHEMISERIE
Jouets . . . . BIMBELOTERIE
Bois travaillé . . . . . TABLETTERIE
Parfums . . . . PARFUMERIE
Miroirs, glaces . . . . . MIROITERIE
Fers à friser, cheveux postiches . . FRISERIE
Parapluies . . . . . OMBRELLERIE
Portefeuilles . . . . MAROQUINERIE
Lorgnons, jumelles . . . . LUNETTERIE
Cages . . . . OISELLERIE
Pipes, tabac . . . . TABAGIE

Dans les grands magasins, voici les divers objets qu'on doit trouver aux rayons ou comptoirs portant les différentes affiches suivantes:

MEUBLERIE

Buffets, lits, chaises, tables, commodes, glaces, chiffonniers, guéridons, étagères, porte-potiches, paravents, écrans, sièges et fauteuils, pliants, flâneuses, etc.

OMBRELLERIE

Parapluies, cannes, ombrelles, en cas, etc.

MAROQUINERIE

Boîtes-nécessaires (en cuir), trousses (de médecins, de chirurgiens, d'automobilistes), portemonnaie, porte-or, serviettes (d'avocats, de collégiens, de professeurs), cartables, sous-mains,

porte-cigares, porte-cigarettes, ceintures, échéanciers, couvre-livres, biblorhaptes, albums, etc.

BONNETERIE

Chandails (*sewaters*), caleçons, gilets (*corps*), vêtements de dessous, bas, chaussettes (*chaussons*), molletières, jambières, genouillères, passe-montagnes, tricots, etc.

PAPETERIE

Papier à lettre, papier buvard, papier-carbone. papier copiant, papier-pelure (très mince), papier gommé, papier à clavigraphe, papier d'emballage, papier tue-mouches, papier verré (*sableux*), papier à musique.

Bloc-notes, pose-plume, porte-mine, gomme à effacer, etc.

LUNETTERIE

Jumelles, lorgnettes (*lunettes d'opéra*), pince-nez, lorgnons, stéréoscopes, faces-à-mains, monocles, lunettes conserves (*fumées*), lunettes d'automobilistes, d'alpinistes, de cyclistes, de chauffeurs, lunettes mire-oeuf, etc.

LITERIE

Lits ordinaires, couchettes, lits de campement, lits pliants, lits-sacs, tentes-abris, lits chaise-longue, lits-tentes, matelas pneumatiques, sommiers élastiques (*spring beds*), hamacs, moustiquaires, oreillers, édredons (*comfortables* de *comforters*), couvertures (et non *couvertes*) de lits, toilettes (broc et cuvette), etc.

MERCERIE

Aiguilles, passe-lacets, épingles de sûreté, dés à coudre, doigtiers, agrafes, lacets, rubans, cordonnet, passementerie, motifs, boutons-pressions (*spring buttons*), moirettes, bracelets, fixe-noeuds, coton à repriser, etc. Le mot mercier n'a pas le sens d'Articles pour hommes (gent's furnishings) qu'on lui donne ici.

BROSSERIE

Brosses à chapeaux, à chaussures (se dit aussi: décrottoire), à écailler le poisson, à parquet, à filtres, à plafond, à dents, à barbe, à tête; décrasse-peigne, écouvillon, balai-plumeau, époussette, tête-de-loup, etc.

OISELLERIE

Cages de toutes sortes (rectangulaires, bombées, cintrées, à compartiments), volières, abreuvoirs, baignoires, râteliers (pour oiseaux), cages à écureuils, cages tournantes, porte-cages, souricières, etc.

PARFUMERIE

Eau de Cologne, de Floride, savon, poudre de riz, savonnettes (savon parfumé), eau de toilette, savon au lait, poudre *ou* pâte dentifrice, papier à brûler (d'Arménie), sels parfumés, pommades, pinceau à barbe, fixe-moustache, essuie-rasoir, cosmétiques, eau dentifrice, eau de mélisse, fleur de lavande, etc.

TABAGIE

Tabacs de toutes sortes, tabac en torsade (tor-

quette), service (*set*) à fumer, fume-cigarettes, étui à cigares, étui à cigarettes, pipes, etc.

Une classe de personnages pour laquelle nous ne saurions être trop exigeants et envers laquelle il faudrait nous montrer inexorables, ce sont les constructeurs.

C'est grâce à leur peu de patriotisme, peut-être même à leur snobisme, qu'une foule d'indications anglaises, toujours trop nombreuses aux foyers canadiens-français, s'étalent dans nos demeures:

Letters, au lieu de . . . . . LETTRES
Push . . . . POUSSEZ
Pull . . . . TIREZ
Private . . . . PRIVE
Open . . . . LIBRE
Closed . . . . OCCUPE
Hot (eau) . . . . CHAUDE
Cold (eau) . . . . FROIDE
Waste . . . . .VIDANGE

On me dira peut-être qu'on ne trouve pas en magasin d'inscriptions françaises. Si le locataire exigeait du propriétaire d'une maison que ces indications fussent francisées, celui-ci réclamerait auprès de l'entrepreneur qui s'en prendrait au quincaillier, et le quincaillier, s'il le faut, s'adresserait au manufacturier.

Qu'on me permette de terminer par ces lignes très judicieuses de Pierre Homier dans son intéressant ouvrage: *La langue française au Ca-*

nada, faits et réflexions, au sujet de l'indication LETTERS:

"J'ai voulu en avoir le coeur net. Passant quelques jours plus tard devant un magasin de ferronnerie, j'entrai examiner les boîtes à lettre mises en vente. A ma grande joie, l'un des employés m'offrit des plaques ornées d'une inscription française. Donc, cette fois-ci, ce ne sont pas les marchands qui sont en faute. C'est le constructeur ou le propriétaire. Et c'est un peu aussi le locataire. N'a-t-il pas son mot à dire sur ce sujet comme tant d'autres? Qu'il fasse comme ce journaliste de mes amis qui, dans un cas semblable, exigea qu'on changeât la plaque et obtint justice.

Réclamer pour ces détails est ennuyeux. Soit Mais ne le sera-t-il pas davantage de perdre notre langue? Et nous la perdrons par eux."

DISSEMBLANCES ANGLO-FRANÇAISES

DANS LA CORRESPONDANCE

1o Les mots en vedette (*Monsieur, Madame, Cher ami,* doivent être renfoncés quelque peu et suivis d'une virgule:

Bien cher ami,
J'ai le plaisir, etc.

Remarquer qu'on ne met la majuscule qu'au premier

1o Les mots en vedette: (Sir, Madam, Dear Friend) se placent au commencement de la ligne et sont suivis de deux points. Le tiret tend à disparaître:

My Dear Friend:
I have the pleasure, etc.

Remarquer qu'on met la majuscule à tous les mots en

mot en vedette: *Bien cher ami.*

2o Dans les dates rédigées comme celle-ci: *le lundi* 6 *novembre* 1918, les noms du jour de la semaine et du mois de l'année ne prennent pas de capitales et ne sont pas suivis d'une virgule.

3o Au commencement du procès-verbal d'une assemblée délibérante, on met:

Présidence de M. X...

4o Dans les documents, les nombres ajoutés au nom d'un personnage se mettent en chiffres romains: *Benoît XV, Georges V.*

5o Le titre précède la signature:

Le président,
CHARLES DION
Le secrétaire,
LOUIS DUBUC
Le directeur,
LOUIS DUPONT
La supérieure,
Soeur ALEXANDRA
Le shérif,
L.-J. LEMIEUX

6o On met un trait d'union entre les prénoms ou les initiales: *Monsieur Paul-Louis Laflèche; Monsieur J.-E. Dupuis.*

7o Dans les lettres de civilité on n'abrège pas les titres *L'honorable, Monsieur, Madame,* etc. sur les enveloppes ni en tête d'une let-

vedette: *My Dear Friend.*

2o Dans les dates rédigées comme celle-ci : *Monday, November* 6, 1918, les noms du jour de la semaine et du mois de l'année prennent une capitale et sont suivis d'une virgule.

3o Au commencement du procès-verbal d'une assemblée délibérante, on met:

Present: Mr. X..., President.

4o Dans les documents, les nombres ajoutés au nom d'un personnage se mettent en lettres: *Benedict the Fifteenth, George the Fifth.*

5o Le titre suit la signature:

CHARLES DION,
President
LOUIS DUBUC,
Secretary
LOUIS DUPONT,
Director
Sister ALEXANDRA,
Superior
L. J. LEMIEUX,
Sheriff

6o On ne met pas de trait d'union entre les prénoms ou les initiales: *Mr. John James White; Mr. E. W. Tobin.*

7o. On emploie les abréviations: Hon., Mr., Mrs.

tre : *L'honorable* Louis Blain, *Monsieur* Henri Duval, *Madame* Jean Lafrance.

8o Les mots père, fils, frère, aîné, cadet, jeune, etc., suivant un nom prennent la minuscule : Louis Duval *père,* Coquelin *cadet,* Jean Vautrin *jeune,* Dupuis *frères,* etc.

9o On ne met pas de point après les abréviations contenant la dernière lettre du mot entier : Mme, Mlle, lt (lieutenant), bould, Mgr, No, etc.

10o Quelques abréviations :

a) *Charles* s'abrège *Ch.*

b) *Thomas* s'abrège *Th.*

c) *Comté de* s'abrège *Cté* ou *C. de.* Ex.: *Cté* ou *C. de* Richelieu. Ce qui est préférable, c'est de mettre le nom du comté entre parenthèses : *Sainte-Victoire* (*Richelieu*).

d) Les abréviations *a. m.* (ante meridiem) et *p. m.* (post meridiem) prennent la minuscule.

e) On écrit : 10h. 30, 8 h. 20, 7h. 15, en mettant l'abréviation *h.* avant le chiffre des minutes.

f) L'abréviation de médecin est D. M. (Docteur Médecin).

11o On ne met pas de

8o Les mots Junior, Senior, Son, Brother prennent la majuscule : Louis Duval, *Senior;* Jean Vautrin, *Junior;* Callaghan and *Sons,* Dupuis and *Bros.* La capitale, dans ces cas disparaît peu à peu en anglais.

9o On met un point après tous les mots abrégés : Mme., Mlle., lt., blvd., Mgr., No., etc.

10o Quelques abréviations :

a) Charles s'abrège Chas.

b) Thomas s'abrège Thos.

c) *County of* s'abrège *Co.* Ex.: *St. Victoire, Co. Richelieu.*

d) Les abréviations A. M. et P. M. prennent la majuscule.

e) On écrit 10.30 o'clock, 8.20, 7.15 o'clock, en mettant le mot *o'clock* après le chiffre des minutes.

f) L'abréviation de médecin est M. D. (Medicus Doctor).

11o On tend à supprimer

ponctuation au bout des lignes sur les enveloppes.

Monsieur Paul Larose
10, rue Saint-Louis
Joliette

12o Si le destinataire d'une lettre demeure dans la même ville que l'expéditeur, celui-ci met sur l'enveloppe: *Ville,* au lieu du nom de l'endroit.

13o Demeure (pas *résidence*), 10, chemin Sainte-Foy.

14o On met plutôt: *Casier* 122 que *Boîte Postale* ou *B. P.* 122.

15o Immeuble Dandurand, pièce 10 (et non *Bâtisse,* ni *Edifice* Dandurand, *Chambre* 10).

16o Si la lettre est destinée à une personne à laquelle elle doit être remise par une autre personne, on met sur l'enveloppe: *Chez*...ou *Aux soins de*...

17o D'après Rinfret, le mot *Ecuyer,* traduction de *Esquire,* est un usage ridicule tendant à disparaître.

la ponctuation au bout des lignes sur les enveloppes, mais plusieurs écrivent encore:

Mr. Paul Larose,
10 St. Louis St.,
Joliette.

12o Dans ce cas, on met le mot *City.*

13o Residence, 10 St. Foy Road.

14o On met *Postal Box* ou *P. B.* 122.

15o Dandurand Building. Room 10.

16o Dans le même cas, on met sur l'enveloppe: C. O. (*care of*).

17o Le mot *Esquire* est conforme à l'usage anglais.

FRANCISATION DES MOTS ANGLAIS

Au contact de la langue anglaise notre langage se contamine non seulement dans les mots, mais encore dans la prononciation.

La ressemblance orthographique de plusieurs mots français avec leurs équivalents anglais nous porte souvent à donner aux mots français la prononciation anglaise. Tels sont: *tell'phône, graphophôône, gaz'lîîne, aut'mobîîle, partneur* (partenaire), *tchèque* (chèque) *menete* (minute), etc.

Aux mots français tâchons de garder la prononciation française; c'est bien le moins qu'on puisse demander!

Grâce au snobisme plutôt qu'à un besoin réel, grâce à l'amabilité cordiale et avenante qui est le propre du peuple français, une foule de vocables anglais ont reçu l'hospitalité dans la langue française, bien que, la plupart du temps, ils aient été des immigrants *non désirables*. Ils ont été naturalisés mots français. Maintenant qu'ils font partie de notre langue, il faut leur faire bon accueil, mais, en matière de prononciation, ils doivent se plier aux lois et exigences de la langue qui les reçoit.

Comment donc faut-il prononcer les mots anglais francisés? Il n'y aucune hésitation sur ce point.—A la française.

L'usage en France veut que ces mots soient prononcés, tantôt comme s'ils étaient des mots français, tantôt avec un accent intermédiaire qui n'est ni tout à fait français ni tout à fait anglais. Pour nous guider en cela, nous avons les traités de prononciation française et les dictionnaires.

Examinons à leur lumière quelques mots an-

glais francisés d'un usage assez fréquent en France et chez nous.

Euchre.—Tous les jours, par les personnes instruites comme par les ignorantes, on entend prononcer à la bizarre façon anglaise (*ioukeur*) ce mot francisé. Ouvrons donc le *Nouveau Larousse illustré* et nous y verrons que *euchre* se prononce *euchr.*

Le *tally* peut se dire: *fiche* ou *indicateur* (des parties). Les *puncheurs* et les *puncheuses* étaient appelés avec raison poinçonneurs et poinçonneuses, quand l'habitude était répandue de perforer les fiches avec un poinçon, mais aujourd'hui, vu les nouveaux systèmes, ne serait-il pas plus convenable de les appeler pointeurs et pointeuses? Ce mot désigne ceux qui sont chargés de pointer ou marquer une carte ou une liste. C'est par ce mot aussi que se rend l'expression anglaise *time keeper.*

Puisque *euchre* se prononce *eukr',* on dira donc: Aller à un bel euchre (et non beau *iouker*); cet euchre (et non *ce iouker*); l'euchre (et non *le ioukeur*) des Artisans, etc.

Wagon.—Se prononce *vagon.* Le *w* se prononce comme un *v* simple dans les noms d'origine allemande. On prononce: *Vagram, Vaterlo, Vestphalie, Veimar, Vorms.* Si les mots sont d'origine anglaise, *w* a le son de *ou*: *ouist* (whist), *ouiski* (whisky), etc.

On peut écrire aussi *vagon.*

YACHT.—Se prononce *yack,* plutôt que *iôtt,* à l'anglaise. Ce mot se dit de bâtiments assez importants, à voile ou à vapeur, mais non de nos petits bateaux à essence, qui s'appellent plutôt *auto-canots* ou *canots-automobiles.*

REVOLVER.—Prononcez: *révolvère.*

TENDER.—Disons *tan-der',* et non *tenn-deur*: wagon qui suit la locomotive (pas *engin*).

ALE.—S'écrit *aile* et se prononce *è-le* (sorte de bière).

PUDDING.—S'écrit et se prononce *poudingue.* Peut aussi s'écrire pouding. Ne pas dire *poudigne* ni *poutine.*

LUNCHER.—Se prononce *lun-cher* ou *loncher* (d'après Ragon).

TOAST.—Se prononce *toste* et peut aussi s'écrire de cette façon. Cf. Adjutor Rivard, *Etude sur les parlers de France au Canada,* p. 277.

CLOWN, CLOWNESSE, CLOWNERIE.—Se prononcent: *clounne, clounesse, clounerie.*

GROOM.—*Groum* (petit laquais).

PUNCH.—D'après Ragon, se prononce *ponche.*

QUAKER, QUAKERESS, QUAKERISME.—*Kouakère* ou *kouacre, kouakeresse, kouakerisme.* Ce mot *quaker* s'écrit et se prononce aussi *quakre.*

SCHOONER.—Se prononce *chounère,* et non *skouneur.*

SPEECH.—Nous avons raison de prononcer *spitche.*

STERLING.—Ne se prononce pas *sterligne,* mais *sterlin.*

SPORT.—Ne faites pas sentir le T; prononçons comme dans *mort.* Signifie seulement athlétisme. N'a pas le sens adjectif de riche cossu, huppé, libéral, qu'on lui donne au Canada: C'est un sport.

TICKET.—Se prononce *ti-kè,* et non *tiquette.* Il sera amusant de lire, à propos de l'adoption de ce mot dans la langue française, quelques réflexions de Justin Améro dans son intéressant ouvrage: *De l'anglomanie dans le français*:

"L'exposition de 1878 ne pouvait avoir lieu sans qu'on fît de nouveau acte d'obséquiosité envers l'étranger: c'était impossible. Elle laissera donc, dans notre langue, comme souvenir précieux de son passage, pour le moins, le terme *ticket,* qui est actuellement employé par quiconque tient une plume,—à la place de *billet,* honni et rejeté. Honte donc sur *"billet"* et vive le vocable anglais!

Ce qu'il faut surtout déplorer, c'est l'introduction de ce terme deux ou trois fois inutile de*"ticket",*—car outre "billet", nous avons aussi *carte,*—c'est son introduction auprès de la nation, sous le patronage officiel. C'est une idée malheureuse...qui montre jusqu'à quel point...l'esprit français, dans certaines classes, a soif de vasselage étranger.

A ces amateurs de manières et d'habitudes anglaises que cette prononciation tantôt mitigée, tantôt purement française pourrait scandaliser, je

rappellerai ces mots de Monseigneur Laflèche, qui disait : "Je n'aime pas à entendre mes compatriotes parler anglais sans au moins un petit accent français". Ces paroles qui peuvent paraître paradoxales sont pleines d'une patriotique philosophie. L'accent français, n'est-il pas à propos de le mettre aux mots d'origine anglaise, mais naturalisés français, tout comme nous le mettons sur les mots de provenance grecque ou allemande? Autrement, quelle cacophonie dans notre "doux parler" !

Toutes les fois que le dictionnaire nous le permet, il faut adopter non seulement la prononciation, mais aussi l'orthographe française. Ecrivons donc préférablement : vagon, toste, poudingue, aile (ale), quakre.

N'avons-nous pas déjà, sans que personne songe à s'en formaliser : bébé (*baby*), bouledogue (*bull dog*), rosbif (*roast beef*), bifteck (*beef steak*) ?

Ragon, philologue distingué, auteur de grammaire latine, grecque et française, va plus loin :

L'orthographe anglaise, dit-il dans sa *Grammaire française, cours supérieur*, étant la chose du monde la plus bizarre et la plus compliquée, les mots anglais adoptés dans notre langue devraient toujours s'écrire à la française. Ainsi les mots *ale, bill, break, clown, coaltar, cold-cream, groom, keepsake, lasting, lunch, luncher, makintosh, puddler, punch, quaker, reporter, schooner, shérif,*

sloop, speech, spleen, square, starter, steamer, steeplechase, sterling, tender, tramway, yacht; se prononcent et pourraient s'écrire: ELE, BIL, BREK, CLOUNE, COLTAR, COLCREME, GROUM, KIPSEK, LASTINGUE, LONCHE, LONCHER, MACKINTOCHE, PUDLER, PONCHE, COUACRE, REPORTEUR, CHOUNERE, CHERIF, SLOUPE, SPICHE, SCOUERE, STARTEUR, STIMEUR, STIPLECHESE, STERLIN, TINDERE, TRAMOUET, YAK.

Adopter cette orthographe serait prématuré. Il ne faut pas précéder le dictionnaire, mais il ne faut pas non plus craindre de le suivre. Ecrire trop à la française pourrait avoir de grands inconvénients au point de vue étymologique; prononcer à la française n'en a aucun: c'est au contraire contribuer à garder à notre langue son génie français, son homogénéité et son harmonie.

LE FRANÇAIS ET LA LOI

L'ACTE DE L'AMERIQUE DU NORD

En 1867, enfin, l'Acte de l'Amérique Britannique du Nord stipulait l'officialité péremptoire de la langue française. Le passé récent, rempli d'arbitraire et de vexations sans cesse renouvelées contre les Canadiens-Français, avait donné aux nôtres les leçons fructueuses qui amenèrent la rédaction de la clause 133. Cette clause, con-

nue de tous, comporte des conséquences que la jurisprudence admet partout. Nous en citerons le texte:

" Dans les chambres du Parlement du Canada et dans les chambres de la Législature de Québec, l'usage de la langue française ou de la langue anglaise dans les débats sera facultatif, mais dans la rédaction des archives, des procès-verbaux et des journaux respectifs de ces chambres, l'usage de ces deux langues sera obligatoire et dans toute plaidoirie ou pièce de procédure devant les tribunaux ou émanant des tribunaux de Québec il pourra être fait légalement usage, à faculté, de l'une ou de l'autre de ces deux langues. Les actes du Parlement du Canada et de la Législature de Québec devront être imprimés dans ces deux langues."

Toute documentation fédérale doit être bilingue anglo-française. Toute procédure devant les tribunaux fédéraux établis en vertu de l'Acte confédératif peut être française ou anglaise. Toute délibération au Parlement peut être française ou anglaise. La lettre de la Constitution ne dit pas que la langue française sera légalement reconnue dans les provinces au dehors de Québec, mais l'esprit de la Constitution veut que les deux langues officielles au Parlement et dans toute documentation publique dépendant du pouvoir fédéral soient officielles dans toutes les parties du pays. Nous l'avons répété depuis des années; il n'y a que des

provinces britanniques au Canada. Une province anglaise, comme une province française, est un non-sens constitutionnel.

Les deux langues étant officielles, le privilège de tout citoyen est de les connaître afin de donner au service public sa juste part de coopération. Et s'il veut connaître, il faut apprendre. L'état doit donc enseigner. Toute province, conséquemment, qui prohibe l'enseignement d'une des deux langues officielles du pays, se soustrait illégalement à l'autorité de la Constitution.

L'honorable Juge Albert CONSTANTINAU, (*Bulletin du Parler Français,* septembre 1913).

LA LOI LAVERGNE

La loi Lavergne a été sanctionnée le 4 juin 1910. Elle est entrée en vigueur le 1er janvier 1911. Elle est contenue dans le Chapitre 40, du Volume 1, George V, des Statuts de la Province de Québec. Elle constitue les articles 1682 C. et 1682 D de notre Code Civil, et se lit comme suit:

" 1682 C. Doivent être imprimés en français et en anglais les billets des voyageurs, les bulletins d'enregistrement des bagages, les imprimés pour lettres de voitures, connaissements, dépêches télégraphiques, feuilles et formules des contrats. faits, fournis ou délivrés par une compagnie de chemin de fer, de navigation, de télégraphe, télé-

phone, de transport, de messageries ou d'énergie électrique ainsi que les avis ou règlements affichés dans ses gares, voitures, bateaux, usines ou ateliers".

" 1682 D. Toute contravention par une compagnie de chemin de fer, de navigation, de télégraphe, de téléphone, de transport, de messageries ou d'énergie électrique faisant affaires en cette Province, à une des dispositions de l'article précédent, sera punie d'une amende n'excédant pas vingt dollars, sans préjudice de recours pour dommages". (Cf.: Code Civil de la province de Québec, Livre 3, Titre 7, Chap. III, Section III.) " Des Voituriers".

Cette loi donne donc le droit à tout citoyen canadien d'exiger—et c'est son devoir de *l'exiger*—des compagnies de chemin de fer, de navigation, de messageries, de télégraphe, etc., que leurs billets, bulletins, connaissements, télégrammes, reçus, etc., soient imprimés en français tout comme en anglais.

OBSERVATIONS TYPOGRAPHIQUES

Un voyageur de commerce, faisant l'éloge de la maison qu'il représentait, disait un jour par boutade à l'un de ses compagnons:

—Notre firme écrit tellement de lettres que, si nous omettions les points sur les *i*, ce seul fait

nous ferait économiser $100 000 par année sur notre correspondance.

Les points sur les *i* sont de rigueur, et la question d'économie n'est pas une raison de les supprimer, mais il est une foule de cas où les points sont inutiles et même fautifs, ce qui ne nous empêche pas de les employer à profusion. Nombre d'autres signes orthographiques, de mots, de lettres, de chiffres, etc., sont aussi de trop et ne font qu'encombrer les lettres, circulaires, cartes, menus, rapports ,procès-verbaux, affiches, etc.

En les supprimant, nous aurions tout à gagner du côté de la clarté, du bon aspect de la copie et de l'économie du travail typographique.

Il est certaines notions de typographie française que tout le monde doit connaître. On imprime aujourd'hui tant de choses: programmes, circulaires, têtes de lettres, affiches, rapports d'assemblée, qu'il n'est pas excusable d'ignorer certaines règles typographiques; de plus, la dactylographie suit exactement les mêmes règles que la typographie, et qui n'a pas, à certaines heures de la vie, un travail dactylographique à exécuter?

De bonnes notions à ce sujet seraient très utiles, ce me semble, pour guider ceux qui ont à préparer un écrit en vue de l'impression, quelque bref que soit cet écrit, fût-ce même une affiche ou une circulaire. Si la copie est parfaitement préparée, le typographe s'acquittera mieux de sa

tâche et la correction des épreuves sera plus brève et plus facile.

---

1. Le point est inutile:
   a) Au bout d'une signature;
   b) Après la dernière lettre d'une indication, d'une inscription: SECRETARIAT — ENTREZ—POUSSEZ, etc.;
   c) Au bout des lignes en caractères voyants dans les annonces, cartes professionnelles, têtes de lettres, circulaires commerciales, menus, etc.;
   d) Au bout du titre d'un travail écrit, tel qu'un thème, une dictée, une composition littéraire, etc.—Même chose pour le titre courant (placé au haut de chaque page d'un livre, d'un journal, etc.);
   e) Avant un tiret, dans les sous-titres: *Le baptême — La confirmation — L'eucharistie, etc.;*
   f) A la fin d'une abréviation contenant la dernière lettre du mot entier: St—Ste —Mr—Me (maître)—lt (lieutenant) —Mlle — Mme — Ths — Mgr—. (No s'abrège plutôt *n*.)
   g) Le point abréviatif se supprime devant un deux points: Tél: Est 1572, et non Tél.: Est 1572—Ex:, et non Ex.:, etc.;
   h) Après une somme ne contenant pas de sous: 2 000 (et non $2 000.).

2. Lorsque le même mot ou groupe de mots est répété dans plusieurs lignes qui se suivent, on remplace ce mot ou groupe de mots par un tiret:

Séminaire de Joliette
— Sherbrooke
— Rimouski.

Il ne faut pas remplacer le tiret par le guillemet anglais, ce qui est malheureusement quasi-universel. Ex:

Professeurs de grec
" " *latin*

alors qu'on devrait écrire:

Professeurs de grec
— *latin*

Cependant, dans une liste de noms de famille, on répète le nom en toutes lettres:

Gagné (Louis) Québec
Gagné (Pierre) —
Gagné (Yves) Longueuil

3. Il ne faut pas de trait d'union:

a) Avant le mot *général,* dans les expressions comme celles-ci: vicaire général. solliciteur général, procureur général, président général, secrétaire général, gérant général, etc.;

Il en est de même du mot adjoint: coroner adjoint, shérif adjoint, greffier adjoint, conservateur adjoint (d'une bibliothèque, d'un musée), secrétaire-trésorier municipal adjoint, etc.;

b) Entre les mots *anti, archi, co, extra, juxta* et le mot qui les suit et auquel ils se soudent: *anticonscriptioniste, archiépiscopal, copropriétaire, extralucide, juxtaposer.* Le contraire existe en anglais: anti-conscription, co-operative, etc.

4. On ne répète pas les abréviations *M.—Mme—Mlle* dans une liste verticale de noms, mais on met l'abréviation plurielle dans le premier nom:

MM.	*Paul Roy*	et non	M. Paul Roy
	Jean Drouin	—	M. Jean Drouin
	Jacques Cyr	—	M. Jacques Cyr
Mmes	*Louis Blouin*	—	Mme Louis Blouin
	Jean Cadieux	—	Mme Jean Cadieux
	Charles Boire	—	Mme Charles Boire

On ne met pas de point au bout de ces noms mis ainsi en colonnes verticales.

5. On y gagne en brièveté et en apparence en remplaçant par des parenthèses les mots *comté de.* Ex:Sainte-Rose (Laval), Sainte-Angèle (Rouville), au lieu de Sainte-Rose, *comté de* Laval, Sainte-Angèle, *comté de Rouville.* (Eviter l'abréviation à l'anglaise *Co. de...*)

6. On écrit 10 h. 30 — 8 h. 15 — 7 h. 20 et non 10.30 h. — 8.15 h. — 7.20 h., ni 10.30 hrs., 8.15 hrs., 7.20 hrs.

7. Le mot *de* est de trop dans: 10 *de* mars, 15 *de* juin (10 mars, 15 juin).

8. Les zéros sont de trop pour indiquer qu'il

y a absence de sous dans une somme mentionnée: $2 000, et non 2 000.00.

Ex: $100 000
220 232.70
300 000
427 521.42

Dans ce cas, on ne répète pas le signe $ devant chaque somme mentionnée, mais on ne le met qu'à la première.

Le signe $ est souvent inutile dans les listes de prix, les catalogues commerciaux, les annonces de marchandises. On ne le voit plus et avec raison dans les annonces des grands magasins Dupuis frères et Goodwins publiées chaque jour dans les journaux. Le texte est ainsi plus net et on y gagne en espace.

Pour séparer un nombre élevé en groupes de trois chiffres, on laisse un blanc entre chaque groupe de chiffre, au lieu d'y mettre une virgule: $1 000 000 000, et non $1,000,000,000. Voir l'exemple ci-dessus.

9. En français, on écrit: *le lundi* 30 *octobre* 1916, sans virgules ni capitales, contrairement à l'usage anglais: *Monday, October* 30, 1916.

10. Premier s'abrège: 1er; deuxième, troisième, quatrième s'abrègent: 2e, 3e, 4e, et non 2ème, 3ème, 4ème.

11. Pour être logique on écrit: *cinq pour cent* (tout en lettres) ou 5 *pour* 100, (tout en chiffres), et non 5 *pour cent* ni *cinq pour* 100.

12. Les guillemets sont inutiles:

a) Dans les dialogues où l'on fait usage du tiret:—Viens-tu?—Oui; et non:—"Viens-tu?"—"Oui";

b) Au commencement et à la fin d'une citation faite en caractère plus fin ou plus gros que celui du texte courant ou quand la citation est en texte renfoncé;

c) Aux citations mises en épigraphe en tête d'un livre, d'un chapitre, ou au texte biblique placé en tête d'un sermon, d'une homélie, etc.; aussi aux citations en vers.

13. Le tiret est inutile:

a) Dans un interrogatoire, après les lettres D. et R. (Demande et Réponse.)

D. *Où allez-vous?*

R. A la messe.

b) Après la vedette d'une lettre:

Cher monsieur,

et non, comme en anglais:

Dear Sir:—

14. Exemples de ponctuation dans les énumérations, classifications, divisions, etc.

Notre but est:

10 *De nous amuser,*

20 *De lire;*

30 *De prier.*

et non,

Notre but est,

1o *De nous amuser.*

2o *De lire.*

3o *De prier.*

On met deux points, et non une virgule, pour indiquer qu'une énumération va suivre et chaque partie se termine par un point et virgule, excepté la dernière qui se termine par un point.

Si l'on ne change pas de ligne à chaque division, on met une minuscule à la première de chacune. Ex:

Il y a trois règnes: 1. le règne animal; 2. le règne végétal; 3. le règne minéral.

Si, dans la division, on se sert de lettres minuscules au lieu de chiffres, on met en italique les lettres *a, b, c,* etc. et l'on ne met qu'une demi-parenthèse après les lettres *a*), *b*), *c*):

Il y a trois règnes:

a) Le règne animal;

b) — végétal;

c) — minéral.

15. Dans un règlement ou les statuts d'une compagnie, société, etc., on peut se contenter de mettre *Article I* au long au premier alinéa et mettre ensuite 2., 3., 4., 5., sans répéter le mot *Article* devant chaque chiffre.

16. On n'abrège pas le prénom d'un personnage ayant le titre de *sir* et l'on dit: sir Evariste Leblanc, sir Vincent Meredith, sir Alexandre Lacoste, sir Robert Borden, et non *sir P.-E. Le-*

blanc, sir H. V. Meredith, sir Alex. Lacoste, sir R. L. Borden. En anglais, le mot *sir* prend toujours la majuscule. En français il prend la minuscule. Il en est de même de *lord, l'honorable,* etc.

17. Dans un texte ordinaire, on écrit les nombres en lettres et non en chiffres: *Nous étions quatorze* (et non 14) ; *J'ai vu entrer cent* (et non 100) *hommes,* etc.

TRADUCTIONS MAL FAITES

" Nombre de commerçants canadiens s'efforcent de traduire les "catch lines" américains pour leurs annonces françaises et sont surpris que leur publicité ne porte pas. Ils attribuent sans réfléchir leur échec à la publicité et concluent que la publicité dans les journaux français ne rend pas.

En regardant autour d'eux, ils pourraient voir qu'elle rend beaucoup car les maisons ne manquent pas qui ont su en tirer profit et constituer par elle de respectables fortunes.

Nous admettons, cependant, que les annonces traduites mot à mot de l'anglais, ne donnent pas un rendement satisfaisant — et voici pourquoi:

La langue anglaise comprend une quantité énorme de mots monosyllabiques, ce qui facilite considérablement la rédaction d'annonces dont le texte doit être bref et incisif.

Un exemple concret en passant: "Do it now!" Elle porte, elle est incisive, nette et ces monosyllabes, dans leur concision, possèdent une force incontestable. Traduisez-les littéralement en français et vous obtenez: "Faites-le maintenant". Voyez combien la traduction manque d'expression, de force, combien ce "maintenant" à la fin de la phrase manque de résonance à côté du "now" anglais. Pour bien dire, il faudrait rédiger ainsi notre axiome: *"Ne remettez pas à demain...",* c'est plus long, mais cela répond mieux à notre mentalité française." (*Publicité,* novembre 1915.)

Aux judicieuses observations de cette revue, ajoutons qu'il serait bien plus conforme au génie de notre langue de traduire:

Post office, custom house, bargain day, general reduction, alarm box, telephone directory, beds, boarding house, cocks and valves, collections, departmental store, dogs not allowed, city express, fire station, fishes, elevator, hat store, tresspassing forbidden, your choice, etc.

PAR

Postes, douanes, soldes, rabais général, avertisseur, indicateur téléphonique, literie, pension de famille, robinetterie, recouvrements, grand magasin, chiens exclus, camionnage, caserne, poissonnerie, ascenseur, chapellerie, on ne passe pas, à choisir, etc.

PLUTÔT QUE PAR

Bureau de poste, bureau des douanes, jour de bon marché, réduction générale, boîte d'alarme, directoire du téléphone, département des lits, maison de pension, fixtures à pipes, collections, magasin départemental, les chiens ne sont pas admis, express, station de feu, magasin de poissons, élévateur, magasin de chapeaux, il est défendu de passer, votre choix, etc.

ABREGEONS

On se plaint souvent de la longueur du français. C'est que notre vocabulaire est pauvre et écourté. Quelqu'un qui connaît bien sa langue peut dire beaucoup de choses avec bien peu de mots. En voici des exemples:

DISONS:	PLUTOT QUE:
Machine *démontable*......	Machine qui se "démanche".
Propriété *inaliénable*......	Propriété qui ne peut pas être vendue.
Un *thaumaturge*.........	Un homme qui fait des miracles.
Un colporteur ou un *marchand ambulant*........	Un homme qui vend à domicile.
Un *calligraphe*...........	Un homme qui a une belle écriture.
Un *autobiographe*........	Un homme qui a écrit sa propre vie.
Un timbre *oblitéré*........	Un timbre qui a servi.
Un chapeau *fatigué*.......	Un chapeau qui est trop vieux.
Jument *suitée*............	Jument qui est accompagnée de son poulain.
Vache *suitée*.............	Vache qui est accompagnée de son veau.

Vélocimètre	Le cadran qui marque la vitesse d'un automobile.
Le *gazier*..................	L'homme qui arrange le gaz.
L'*électricien*	L'homme qui arrange l'électricité.
Un *incendié* ou un *sinistré*.	Un homme qui passe au feu.
Le *facteur*.................	L'homme qui passe les lettres.
Pièce *amovible* d'une machine	Pièce qui peut être "démanchée" d'une machine.
Pièce *inamovible*..........	Pièce qui ne peut pas être "démanchée".
Un *misanthrope*..........	Quelqu'un qui déteste la société.
Un *anglophobe*...........	Quelqu'un qui déteste les Anglais.
Un *russophobe*...........	Quelqu'un qui déteste les Russes.
Un *mégalomane*..........	Quelqu'un qui a la manie des grandeurs.
Un *numismate*...........	Un amateur de monnaies.
Un *philatéliste*...........	Un amateur de timbres.
Etre *polyglotte*...........	Parler plusieurs langues.
Une nation *bilingue*.......	Une nation qui parle deux langues.
Un peuple *unilingue*......	Un peuple qui ne parle qu'une langue.
Un *bisoc*..................	Une charrue à deux socs.
Polygame	Qui a plusieurs femmes.
Bigame	Qui a deux femmes.
Un *sexagénaire, un septuagénaire,* un *octogénaire,* un *nonagénaire,* un *centenaire*	Un homme qui a soixante, soixante-dix, quatre-vingt, quatre-vingt-dix, cent ans.
L'argent démonétisé n'est pas accepté............	Les vieilles pièces de monnaie qui n'ont plus de valeur ne sont pas acceptées.
Les Messageries n'acceptent pas les colis grevés de remboursement	Les "Compagnies d'express" n'acceptent pas les "paquets sur lesquels il y a quelque chose à rembourser".

En cas d'avaries ou de manquant, écrire au Service des Réclamations.......	Dans le cas où les effets seraient endommagés et où il manquerait quelque chose, écrire au "Département des plaintes".
Les articles hors-tarif	Les articles dont le prix n'est pas mentionné dans notre catalogue.
Veston droit.............	Habillement "simple-breast"
Veston croisé............	Habillement "double-breast"
Paletot demi-saison.......	Capot d'automne et de printemps.
Nous n'acceptons pas les rendus	Nous n'acceptons pas les "marchandises retournées".
Certaines maisons font à leurs clients le franco de port, d'autres le franco de port et d'emballage......	Certaines maisons ne "chargent" pas à leurs clients "les frais de transport", d'autres ne "chargent" ni "les frais de transport", ni les frais de "paquetage".

QUELQUES QUESTIONS

Q. Le terme "accusé de réception" est-il bien l'équivalent français de "acknowledgment of receipt"?

R. Oui. On peut dire aussi *Récepissé.*

Q. Comment se traduit: "This is a balance of $10 still due on your account"?

R. Il y a un *reliquat* de dix piastres sur votre compte.

Q. L'expression "collection of accounts" se traduit-elle par "perception des comptes"?

R. Perception se dit plutôt des impôts, taxes,

assurances payables par versements périodiques. Quand il s'agit des comptes ordinaires, on dit: *encaissement, recouvrement, rentrée des crédits.*

Q. Lorsqu'on dit "confirming our letter of the 12th", doit-on traduire "vous confirmant notre lettre" ou simplement "confirmant notre lettre?"

R. Il vaudrait mieux dire "en confirmation de notre lettre".

Q. Le mot "consignation" est-il exact dans la phrase "nous vous envoyons en consignation cinquante sacs de laine"?

R. Oui.

Q. Le mot "cote" est-il l'équivalent de "quotations" lorsqu'il s'agit du taux des opérations de change, comme dans "referring you to the quotations of our exchanges"?

R. Oui.

Q. Comment se traduit cette phrase: "I am short of cash"?

R. Je n'ai plus de fonds.

Q. Quelle est la traduction de "past due notes" et comment l'épelle-t-on au pluriel?

R. *Billets* ou *effets* périmés, expirés.

Q. Peut-on dire "compte ouvert" pour "open account"?

R. Oui.

Q. Comment se traduit "trouble department" au téléphone?

R. *Services des réclamations.*

Q. Faut-il dire: "J'ai lu cela dans le journal ou. . . sur le journal?"

R. On dit: "J'ai lu cela dans le journal". Cette faute est commune en France. On la signale dans la grammaire Larousse.

Q. Comment écrit-on et prononce-t-on *chèque que de banque?*

R. On écrit et prononce chèque. Ne pas prononcer *tchèque,* comme en anglais. Les Anglais eux-mêmes écrivent *cheque.* C'est un mot qu'ils nous ont prêté (check) et qui leur revient orthographié à la française, presque méconnaissable.

Q. Doit-on dire "département des annonces' d'un journal?

R. On doit dire: *service des annonces.* On dit aussi service (et non "département") de la livraison, des réclamations, des renseignements.

Dans un magasin, on doit dire *rayon, comptoir* des rubans, des robes, des habits, des meubles, des chapeaux. Il serait préférable de dire LA MERCERIE (rayon des rubans, galons, fils aiguilles). LA MEUBLERIE (rayon des meubles), LA CHAPELLERIE (rayon des chapeaux), LA CHEMISERIE (rayon des chemises), LA MAROQUINERIE (rayon des articles en cuir ou simili-cuir: sacoches, porte-feuilles, serviettes), LA CONFISERIE (rayon des bonbons, LA BROSSERIE, (rayon des brosses, peignes, etc.), LA TUYAUTERIE, LA ROBINETTERIE (rayon des tuyaux, valves, robinets,

etc.), LA PAPETERIE (rayon du papier à lettre, des cahiers, etc.), LA GANTERIE (rayon des gants), LA BONNETERIE (rayon des chaussettes, bas, etc.), LA BIMBELOTERIE (rayon des jouets), LA PARFUMERIE (rayon des parfums), LA MIROITERIE (rayon des miroirs, glaces), LA FRISERIE (rayon des cosmétiques, fers à friser, cheveux postiches), L'OMBRELLERIE (rayon des parapluies), LA LUNETTERIE (rayon des lorgnons, monocles), L'OISELLERIE (rayon des cages d'oiseaux), LA TABAGIE (rayon des pipes, du tabac, etc.)

Q. L'expression "char de foin" est-elle l'équivalent français de "a car of hay"?

R. En France, on dit plutôt "un vagon de foin". Cependant, M. François Veuillot, notre hôte de l'hiver dernier, écrivait à propos de notre langage: "Et puis, sur bien des points, vous dites mieux que nous. Je préfère votre "chaise berçante" à notre "rocking chair", vos pardessus à nos "snowboots". Il est des mots que j'ai appris au Canada et que je veux implanter en France, à mon retour, comme le mot "char" que je voudrais substituer au "tramway" et au "wagon" que l'on dit en France."

Q. Quelle différence y a-t-il entre "gardez la monnaie" et "veuillez me remettre l'appoint"?

R. C'est tout le contraire.

Q. Le terme "état de compte" est-il l'équivalent français de "statement"?

R. On dit plutôt *relevé de compte.*

Q. Si je dis "All our statements are sent out on the last day of each month", puis-je traduire par "Nous faisons le dernier jour du mois l'envoi de nos états de compte"?

R.—Oui, mais il vaudrait mieux dire "...*relevés de compte*".

Q. Dans ce cas faudrait-il mettre une "s" au mot "compte" au pluriel?

R. Non.

Q. Comment se traduit "Following up our conversation of yesterday over the "phone" (dans le sens d'y revenir)?

R. *A propos de*...ou *Pour faire suite* à notre conversation téléphonique d'hier.

Q. Quel est l'équivalent français de "overdue account"?

R. Compte *périmé, expiré.*

Q. Comment se traduit: "He is in business for himself"?

R. Il est à son compte.

Q. Quel est l'équivalent français de "authorized *collector"?*

R. *Agent de recouvrement, garçon de recettes, percepteur.*

Q. Comment se traduit: "A car was billed to St. Faustin"?

R. Un vagon a été *enregistré, étiqueté* pour St-Faustin.

Q. Comment se traduit l'expression "to book

an order" (dans le sens de prendre une commande avant que la hausse sur le prix d'un article ne se produise. Ladite marchandise est ordinairement livrable dans 30 jours).

R. *Enregistrer, inscrire* une commande.

Q. Quelle différence y a-t-il entre "reliquat de compte" et "appoint"? Donner des exemples.

R. Un *reliquat,* c'est ce qui reste dû après un arrêté de compte. Ex.: Je dois vingt piastres et j'envoie un chèque de quinze piastres, j'ai encore un *reliquat* de cinq piastres

L'appoint, c'est la somme elle-même qui fait la solde totale d'un compte. Le chèque de cinq piastres que j'enverrai plus tard sera *l'appoint* du compte.

On appelle aussi *appoint* le complément d'une somme en une monnaie plus petite, qu'on ne saurait parfaire avec les principales espèces employées au paiement. Si je dois quatre-vingts sous et et si je donne trois pièces de vingt-cinq sous, il me faudra ajouter un *appoint* de cinq sous.

Q. Comment traduisez-vous "We are pleased to be able to give you the following quotations on sugar"?

R. Il nous est agréable de pouvoir vous donner les cotes suivantes sur le sucre.

Q. Doit-on dire: *M. et Mme Lamarre,* ou *M. Lamarre et sa dame,* ou encore *M. Lamarre et sa femme?*

M. Lamarre *et sa dame* ne se disent pas. On ne

doit jamais non plus demander à un homme des nouvelles de sa *dame,* mais de sa femme. Si les rapports sont cérémonieux, on dit: Comment va Madame X? Un mari parlant de sa femme dit: "Ma femme" et non *Madame.*

L'usage des mots *dame* et *demoiselle* n'est pas sans difficulté. On entend dire assez fréquemment: *Comment se porte votre dame, votre demoiselle?* ou bien encore: *Leur demoiselle a été bien malade;* ou bien: *Ils ont deux fils et une demoiselle.* Ces locutions ne sont pas conformes aux habitudes de la bonne société. On dit cependant avec l'adjectif démonstratif: *Cette dame* ou *ces dames; cette demoiselle* ou *ces demoiselles.* On emploie encore les mêmes expressions avec les noms de nombre, dans les phrases comme celles-ci: *J'ai rencontré ce matin une dame, deux dames bien charitables; la quête a été faite par une, par deux demoiselles.*

M. Lamarre et sa femme se disent très bien dans le style de la conversation, au lieu de M. et Mme Lamarre.

Pour une présentation, ou encore, sur une carte de visite, sur une enveloppe, à l'en-tête d'une lettre, on dit ou on écrit: "Monsieur et Madame Lamarre".

A remarquer que l'abréviation de Madame est *Mme* et non *Mde* qui pourrait tout aussi bien vouloir dire *Marchande.* Le dictionnaire Larousse met aussi *Mad.*

Q. Quelle est la meilleure manière de rendre en français le mot *time-keeper?*

R. Ce mot signifie deux choses: *a*) Une montre ou horloge de précision, et, dans ce cas, on dit chronomètre ou garde-temps. Ce dernier mot, autorisé par Larousse, est préférable au premier. Il est moins pédant et d'origine française, et peut être compris de n'importe quelle personne sans qu'il soit besoin de recourir au dictionnaire, tandis que chronomètre n'est pas compris du peuple. Sans un dictionnaire, seuls les férus de grec peuvent le comprendre par la décomposition des racines. Préférons les mots purement français aux mots à racines grecques.

" Il faut donc, dit Remy de Gourmont, sourire de la prétention de certains savants. Un mot n'a pas besoin de contenir sa propre définition. Dans l'instrument nommé *télescope,* l'idée de "voir de loin" n'est aucunement essentielle, mais si on la croyait nécessaire, le mot *longue-vue* était bien suffisant, et capable de porter, comme lunette, une double et triple signification... Comme *jumelles,* mot populaire, presque argotique, est joli, comparé à *microscope, stéréoscope,* d'une barbarie si savante et si triste! Au pédant qui invente *binocle,* l'instinct heureux de l'ignorant répond par *lorgnon;* à *cycle, tricycle, bicycle,* et tous leurs dérivés, l'ouvrier qui forge ces machines oppose *bécane;* il n'a point besoin du grec pour lancer un

mot d'une forme agréable, d'une sonorité pure et conforme à la tradition linguistique".

b) Le mot "time-keeper" signifie aussi la personne chargée de marquer l'heure d'arrivée et de départ des employés d'un magasin, d'un atelier, d'une usine ou d'une manufacture. Dans ce cas, on dit: POINTEUR.

Le pointeur a la liste des travaillants et il fait un point ou autre signe (check mark) vis-à-vis le nom de l'arrivant ou du partant.

Il y a dans les chapitres des cathédrales un chanoine dit *chanoine pointeur,* qui est chargé de marquer les présences à l'office.

Pendant les élections, chaque candidat a ses pointeurs de listes (checkers). La liste des électeurs en mains, le pointeur *pointe* (check) le nom des électeurs favorables au candidat. Par un autre signe, il indique les douteux et les adversaires. Il sait ainsi où diriger les efforts pour assurer le succès. Il faut donc dire: *pointer les listes, pointeur de listes,* et non *checker* les listes et *checkeur* de listes.

Dans plusieurs magasins et manufactures, le pointage des employés se fait mécaniquement. En arrivant ou en partant, l'employé, au moyen d'un bras articulé terminé par un poinçon, perce un carton placé vis-à-vis son nom. Un mouvement d'horlogerie indique alors l'heure exacte qui se trouve poinçonnée au nom du travaillant.

Cet appareil se nomme *pointeur automatique.*

Un journal disait, l'hiver dernier, à propos de l'incident Lewis:

" Une affiche avait été placée près de l'appareil automatique pour enregistrer l'heure d'arrivée et de départ des employés".

En disant: "...près du pointeur automatique", le journaliste aurait pu supprimer onze mots de sa phrase.

Et nous nous plaindrons, ensuite, en disant que la langue française est diffuse et qu'elle est pauvre en vocabulaire. Apprenons-la, et nous changerons d'idée.

A TRAVERS LES MOTS

ADMISSION.—C'est, d'après Roullaud, l'action d'admettre, de recevoir un nouveau membre dans une société, dans une compagnie où l'on ne pénètre que sous certaines conditions; mais admission ne se dit pas pour *autorisation* ou *droit d'entrée.*

On dit *entrée.* L'entrée d'un musée, d'une bibliothèque est gratuite, et non "l'admission" est gratuite. *Le prix d'entrée* et non "le prix d'admission" à tel théâtre est de 50 sous. *L'entrée* et non "l'admission" de telle église est libre.

A la porte d'une salle d'où le public est exclu, on ne doit pas mettre: "Pas d'admission" (No admission), mais *On n'entre pas* ou *Entrée in-*

terdite. "Prix d'admission" (admission price) se dit: *Entrée, Prix d'entrée* ou *Droit d'entrée.*

ALLER MIEUX.—"Prendre du mieux" ne se dit pas en français. En parlant d'un malade, on ne dit pas qu'il prend du mieux, mais qu'il va mieux.

BEURRER.—*Leurrer, berner, flatter, en faire accroire*: "Viens pas me beurrer".

Dans le sens qu'on lui donne, le mot beurrer est-il une corruption de "leurrer", ou donne-t-il l'idée qu'une tartine bien beurrée s'avale mieux?

Souvent, le beurre n'a rien à faire dans une beurrée: une beurrée de confitures, de crème, de sirop, de mélasse, pour une *tartine* de confitures, de crème, de sirop, de mélasse.

Il y a même des mamans qui chicanent leurs enfants parce qu'ils ont les pieds "beurrés" de boue, les mains "beurrés" d'encre et le bout du nez "beurré" de confitures, quand ce n'est pas d'autre chose.

CHARGE.—Je prends cela à mes charges, et non "sur" mes charges; "charge d'admission" (charge for admittance): *prix d'entrée; le réquisitoire* et non "la charge" de l'avocat de la couronne; *l'allocution, le résumé, le sommaire des débats, de la preuve, le sommaire de la cause* et non "la charge" du juge.

" Il ne faut pas oublier, non plus, qu'à chaque "terme" (at each term)—encore un anglicisme pour dire "à chaque session"—de la cour d'assi-

ses, il se fait des "charges au jury" comme jamais peut-être Napoléon n'en fit exécuter de plus brillantes à la baïonnette par les grenadiers moustachus de la garde impériale. Au lieu de "charge au jury", il faudrait pourtant dire: résumé de la preuve ou des débats, sommaire de la cause, ou autre chose, enfin." (Chouinard.)

CHARGER.—N'a pas en français le sens anglais de *demander, exiger, réclamer, faire payer, facturer* (mettre sur la facture).

Combien chargez-vous pour ces pommes? *Combien ces pommes?*

Le dentiste m'a *demandé, réclamé* (et non "chargé") deux piastres.

Portez cela à mon compte, à ma charge, à mon débit, et non "Chargez-moi ça".

Charger un compte signifie: en exagérer le montant.

Si vous dites à un cocher de Paris:

—Combien chargez-vous pour me conduire à la gare Saint-Lazare? il répondra:

—Vous pesez soixante kilos, je charge soixante kilos.

Il serait si facile de dire:

—Cocher, *combien, quel est le prix, que me demandez-vous pour me conduire à la gare?*

" Charger cash": faire payer comptant.

Louis Fréchette raconte qu'un jour, à Paris, il fit, en compagnie d'un avocat de Montréal, une promenade à travers les Halles Centrales.

Tout à coup l'avocat, apercevant à un étalage des groseilles à grappe comme nous en avons en Canada, demanda à la femme qui en avait la garde:

—Comment chargez-vous pour les gadelles?

—Tudieu! qu'est-ce que c'est que cela? s'écria la fruitière épouvantée, qui apparemment, n'était jamais venue à Québec. (Chouinard.)

"Le juge a chargé le jury": le juge a *harangué* le jury, *a fait le sommaire, le résumé des débats, de la preuve, a fait l'allocution* au jury.

CHARRETIER.—Le charretier conduit de lourdes voitures, charrettes, camions, chargées de toutes sortes d'objets, matériaux, colis, etc.

Il ne faut pas désigner par ce mot le cocher: celui qui conduit une voiture où prennent place des êtres humains.

"Par la nature de son travail, le *charretier* est toujours sale, fatigué, excédé; les charges qu'il conduit occasionnent souvent des retards dans sa marche, des accidents qui aggravent son rude labeur et tout cela le rend impatient, irritable, grossier. On dit d'un être impoli, malpropre, grossier: "C'est un vrai charretier". "Il jure comme un charretier."

Le *cocher, lui,* est toujours propre, reposé dans l'attente d'un pourboire, et n'est impoli que lorsque celui-ci n'égale pas son ambition.

Aussi, comprend-on que l'épithète *de charretier* appliquée *à un cocher* est pour lui une in-

jure. Réciproquement, un *charretier* qui s'entendra appeler *cocher* se fâchera tout rouge, car il ne verra dans cette appellation qu'une ironie." (Henri Roullaud).

COMPLIMENTAIRE (complimentary). — Ce mot que l'on emploie si souvent en parlant de cartes, billets d'entrée, etc., n'est pas français. On doit dire plutôt: Carte, billet *de faveur, gratis, à titre gracieux, de complaisance.* Au lieu d'écrire *complimentaire* sur le billet envoyé à un personnage que l'on veut inviter à une séance, il vaut mieux écrire: *A titre gracieux.*

COTON.—Si, à l'automne, on cesse de porter des vêtements de "coton", on ne dit tout de même pas adieu au mot coton: *cotons de patates, cotons de choux, cotons de blé d'Inde.*

" Coton de patate " se dit: *tige* ou *fane* de pomme de terre; "coton de choux": trognon de chou.

" Coton de blé d'Inde". Cette expression s'entend en deux sens:

1. La longue tige que nos gens nomment aussi *sucet* et qu'on peut appeler tout simplement: tige de maïs. 2. Ce qui reste d'un épi dont on a enlevé les grains de maïs, et, dans ce cas, on dit "*râpe de maïs*" et non coton de blé d'Inde.

Ce mot est bien trouvé. L'épi dégarni ressemble en effet à la râpe à muscade de nos ménagères et aussi à la râpe ou grosse lime à bois des menuisiers.

On dit qu'un jour, dans un restaurant, un Eu-

ropéen qui mangeait pour la première fois du maïs à la canadienne, c'est-à-dire à même l'épi, appela le garçon et lui remettant la râpe, dit:

—Garçon, ce maïs est excellent. Veuillez donc en mettre encore sur ce bâton.

Au lieu de *râpe,* on peut dire aussi *râfle* et *rachis* de maïs.

" Blé d'Inde", dans le sens de maïs est peu connu en France. Jadis, cependant, on désignait le maïs par blé d'Inde, blé d'Espagne ou blé de Turquie. Nous avons conservé blé d'Inde.

Un jour, un Anglais, dans une pharmacie de Montréal, désirait s'acheter un remède pour ses cors.

S'adressant à un Canadien qui se trouvait là, il lui demande:

—How do you say "corn" in French?

—Blé d'Inde.

—*Monsieur,* dit l'Anglais au pharmacien, *je vaoudré avoar du onguent pour mes blés d'Inde.*

Nos gens appellent "piochon" un épi de blé d'Inde rabougri, mal formé.

J'entendais, l'autre jour, une bonne femme dire:

—Les habitants sont trigauds. L'autre jour, j'ai acheté une poche de blé d'Inde. Sur le dessus, les épis étaient extra; au fond, rien que des "piochons".

Tout le monde connaît ces deux expressions canadiennes: "Ote-toi de dans mon blé d'Inde",

ce qui équivaut à: "Ne te mêle pas de mes affaires"; et celle-ci: "Je ne suis pas un coton".

Par exemple, on distribue des liqueurs, un gâteau et on oublie quelqu'un. L'oublié proteste:

—Puis moi, je ne suis pourtant pas un "coton".

DETAILLANT. — On doit dire: les marchands détaillants, et non "marchands détailleurs". C'est la finale de *retailer* qui influence le mot français détaillant et nous le fait changer en "détailleur". C'est ainsi que "plumber" nous fait dire "plombeur", au lieu de plombier; que "brick layer" nous fait dire "briqueleur" au lieu de briqueteur.

Je lisais dernièrement sur une affiche: Décorateur, vitreur, tapisseur. Les deux derniers mots ont évidemment été influencés par le premier. Décorateur a fait changer vitrier et tapissier en "vitreur" et "tapisseur".

Un orateur politique s'écriait dernièrement:

—Le Canada aux Canadiens, la Russie aux Russiens et les Etats aux Etaliens.

C'est encore un cas d'influence des mots les uns sur les autres, mais cette fois-ci, c'est de l'influence politique.

DRAVEUR.—Ce mot qui vient de l'anglais *driveur* a deux sens: *flotteur de bois* et *livreur* ou *garçon-livreur*.

On appelle ainsi celui qui distribue dans la vil-

le le pain, les comestibles achetés dans les épiceries, la boisson, les marchandises.

On dira donc: le livreur de pain, le livreur de l'épicerie, le livreur de Dupuis frères.

ETRE BIEN.—*Comment êtes-vous?* dans le sens de *Comment allez-vous?* (How *are you?*)

Cette question, qui est un anglicisme, amène aussi un anglicisme comme réponse: *Je suis bien,* au lieu de *cela va bien.* Il ne faut donc pas dire "être bien" dans le sens d'être en bonne santé, se bien porter.

Etre bien, c'est avoir beaucoup de qualités physiques et morales: Ce jeune homme est bien.

Un jour, un Canadien demandait à un Français.

—Vos enfants sont-ils bien?

—Il est vrai que je les vois avec des lunettes paternelles, répond le Français, mais je les trouve très bien.




TABLE DES MATIERES



